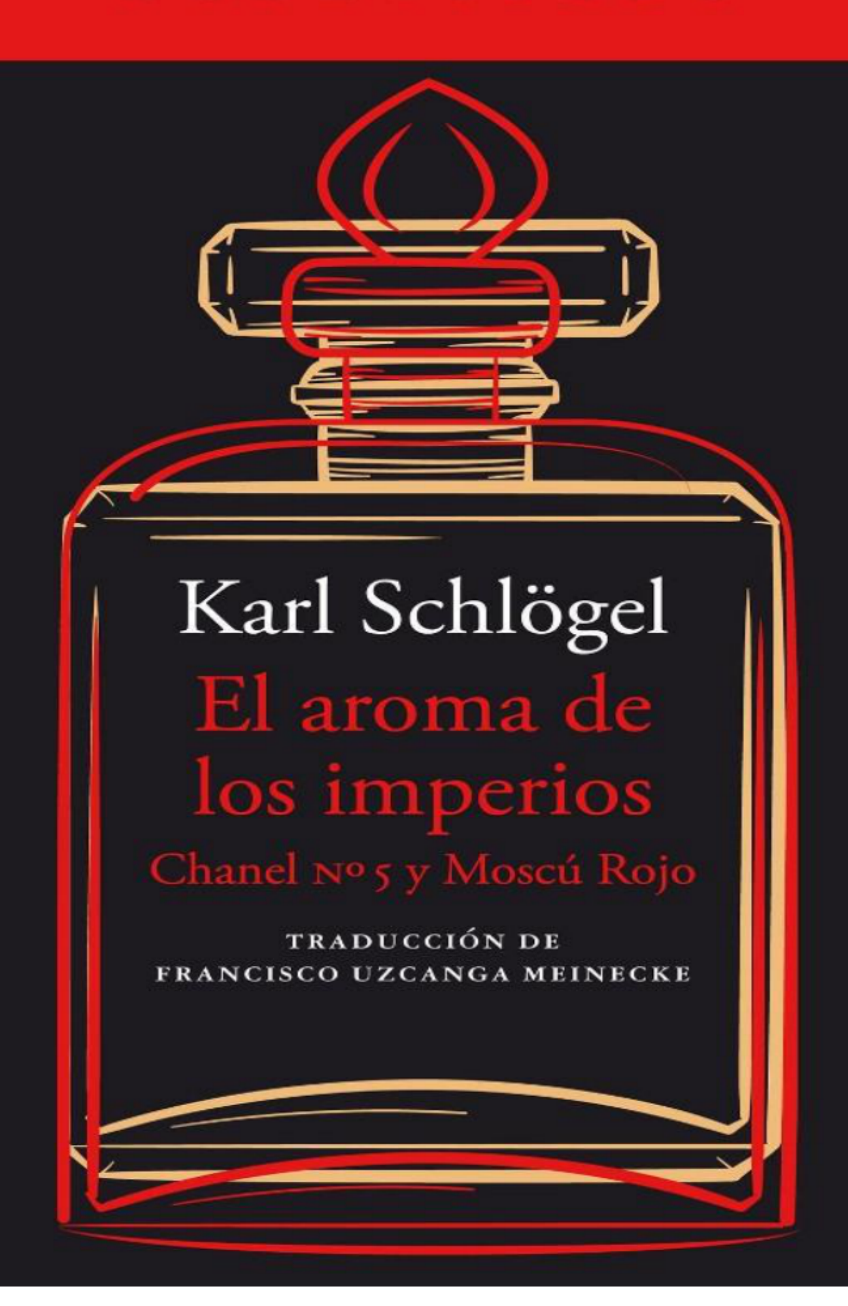

ACANTILADO
Karl Schlögel
El aroma de los imperios
Chanel Nº 5 y Moscú Rojo
TRADUCCIÓN DE
FRANCISCO UZCANGA MEINECKE

KARL SCHLÖGEL

EL AROMA DE LOS IMPERIOS

CHANEL Nº 5 Y MOSCÚ ROJO

TRADUCCIÓN DEL ALEMÁN
DE FRANCISCO UZCANGA MEINECKE



ACANTILADO
BARCELONA 2024

CONTENIDO

In memoriam
Karl Lagerfeld
(1933-2019).

[Acantilado no se responsabiliza del contenido de ninguno de los portales de la red mencionados en el libro].

Nunca había previsto ocuparme de olores ni aromas, por no hablar de perfumes. Que la división del mundo en Este y Oeste implicaba también una división en el mundo de los olores lo sabía ya todo aquel que, antes de la caída del muro, hubiera cruzado el paso fronterizo Berlín-Friedrichshain. Pero entre mis prioridades de investigación figuraba otro tipo de materias y temas. No tenía intención de emprender un proyecto con la mera idea de cubrir una laguna en la investigación, ni de buscar indicios que me permitieran dar un nuevo «impulso» a los estudios culturales. Mi bagaje en el mundo de los aromas era de lo más modesto, equivalía probablemente a la experiencia media de un hombre que sólo dispone de lo imprescindible en cuanto a jabones, desodorantes, cremas y colonias. Mi contacto con el universo de las fragancias era marginal, muy puntual: se limitaba a la sección de perfumería de unos grandes almacenes—casi siempre están en la planta baja y resultan difíciles de sortear—o del *duty-free* que hay que atravesar al dirigirse a la puerta de embarque en los aeropuertos. Más aún que los perfumes, o su extraña mezcla, lo que más me llamaba la atención era la luz, el destello de los cristales, el arco iris de colores, espejos y frascos, y el perfecto maquillaje de las mujeres, que no parecían dependientas, sino modelos, vivas encarnaciones de la elegancia. No dejaba de sentirme un intruso en ese ambiente deslumbrante y glamuroso, con sus infinitas y escalonadas gamas de colores y matices.

Pero, al mismo tiempo, me veía impelido a superar los escrúpulos y a adentrarme sin ningún conocimiento previo en esa esfera tan especial. Es una suerte de apropiación indebida tomarse la licencia de escribir sobre algo que se desconoce totalmente. En mi caso, por encima de cualquier reparo, existía un primer impulso que se reveló como algo más que una simple impresión y que consistía en rastrear una huella de tal manera que el mero seguimiento acabara por desarrollar su propia dinámica, un remolino que sólo se extinguiría cuando se hubieran revelado todos los detalles, cuando ya no quedara nada más que contar.[1]

Al comienzo había un aroma que flotaba en el aire siempre que en la Unión Soviética se celebraba algo; podía ser en el conservatorio de Moscú, en el teatro Bolshói, en una fiesta de graduación académica o en una boda. En mis recuerdos, asociaba el aroma dulzón y pesado con un público más bien solemne, con un parquet lustroso y candelabros encendidos, con espectadores circulando por el vestíbulo del teatro durante la pausa. Más adelante me volví a topar con ese aroma en la República Democrática Alemana, sobre todo en recepciones oficiales en el marco de encuentros germano-soviéticos o en casinos militares. El primer móvil fue seguir la pista del aroma, tal

vez identificar la marca, y todo lo demás vino por sí solo, una cosa detrás de la otra. Las pesquisas iniciales me revelaron que el aroma provenía de un perfume llamado Moscú Rojo. De todos es conocida la exitosa historia de Chanel Nº 5, pero apenas sabemos nada de la del más famoso de los perfumes soviéticos. Se ha demostrado que ambos proceden de una fórmula originaria común, elaborada por perfumistas franceses en la época del Imperio ruso; uno de ellos, Ernest Beaux, regresó a Francia después de la Revolución y la Guerra Civil, y conoció a Coco Chanel, mientras que el otro, Auguste Michel, se quedó en Rusia, participó en la fundación de la industria perfumera soviética y, a partir del Bouquet Préféré de l'Impératrice, creó Moscú Rojo. Ambos perfumes han gestado nuevos universos aromáticos y, aunque presentan biografías radicalmente distintas en entornos culturales diferentes—París y Moscú durante la primera mitad del siglo XX—, simbolizan el seductor aroma del poder: Coco Chanel, que se dejó querer por las fuerzas de ocupación alemanas, y—mucho menos conocida—Polina Zhemchúzhina, esposa del ministro de Asuntos Exteriores soviético Viacheslav Mólotov, Comisaria del Pueblo y responsable durante un tiempo de la industria cosmética y perfumera de su país. Coco Chanel se refugió después de la guerra provisionalmente en Suiza, Polina Zhemchúzhina-Mólotova fue deportada durante la campaña antisemita de finales de la década de 1940 y, a lo largo de cinco años, conoció el «olor de los campos de internamiento». Chanel triunfará en el mundo de la moda parisina en la década de 1950, Zhemchúzhina llevará una vida retirada junto a su marido en Moscú y seguirá siendo hasta su muerte, en 1970, una ferviente estalinista. Otro de los ramales de mi investigación me condujo hasta Olga Chéjova, la «gran dama del cine alemán», que era también diplomada en cosmética.

Por muy popular que fuera el perfume Moscú Rojo, poco pudo hacer ante el estancamiento de la Unión Soviética tardía y la presión de la industria perfumera global. Pero ha reaparecido en el mercado de la Rusia postsoviética, y ahora satisface la pasión de algunos coleccionistas en su singular «busca del tiempo perdido», una búsqueda que nos ofrece descubrimientos inesperados: tras el anónimo creador del frasquito de *eau de toilette* más vendido de la Unión Soviética se oculta el pintor vanguardista Kazimir Malévich, que lo diseñó muchos años antes de pintar su famoso *Cuadrado negro*, ese icono del arte del siglo XX.

Hubo largos períodos en los que mis pesquisas no llevaban a ninguna parte, pero también otros en los que avanzaban impulsadas por hallazgos sorprendentes. Deambulaba por los bazares de ciudades rusas y coleccionaba frascos y carteles publicitarios de la época presoviética, me topaba con legos que habían acabado convirtiéndose

en expertos. Peregriné a place Vendôme y a rue Cambon 31 para conocer el portal donde Coco Chanel presentaba sus colecciones, y aprendí que, para analizar la sociedad, el estudio del lujo puede ser tan interesante como el de la historia cotidiana de la gente corriente. Las boutiques y las perfumerías de rue Saint-Honoré nos dan una noción de la labor modesta y digna de los artesanos, pero también de la inagotable fantasía de los artistas y diseñadores. Tal vez no habría escrito este libro sin la inspiración del gran Karl Lagerfeld. Visité museos y archivos en los que nunca me habría perdido, y descubrí redes sociales y vínculos entre personas que sólo eran visibles a la luz de una particular constelación. Diáguilev como contemporáneo de Coco Chanel, Malévich como contemporáneo de Tiffany, Gallé o Lalique. Y basta navegar por internet para descubrir que, hoy, el perfume Moscú Rojo no sólo es una pieza de coleccionista nostálgico, sino que puede encargarse haciendo un simple clic.

Toda época tiene su propio aroma, su fragancia, su olor. El «siglo de los extremos» ha creado sus propios paisajes de olores. Las revoluciones, los conflictos internacionales y las guerras civiles también son acontecimientos olfativos. *Post festum* y teniendo en cuenta sus interconexiones, la división que sufrió el mundo durante el siglo pasado puede ahora rastrearse «con la nariz» y por fin narrarse.

Berlín-Los Ángeles, primavera de 2019

EL AROMA DEL IMPERIO

O CÓMO A PARTIR DEL «BOUQUET» FAVORITO DE LA EMPERATRIZ CATALINA II (1913) SE CREARON LOS PERFUMES CHANEL Nº 5 Y MOSCÚ ROJO DESPUÉS DE LA REVOLUCIÓN

Se diría que es cuestión de azar. A finales del verano de 1920, Coco Chanel visita al perfumista Ernest Beaux en su laboratorio de Cannes. El encuentro fue probablemente organizado por Dmitri Pávlovich Románov, amante de Chanel por aquel entonces, gran duque ruso, miembro de la familia de los zares y primo de los últimos emperadores. Vivía en Francia desde su destierro.[2] Al igual que el gran duque Dmitri Pávlovich, amigo íntimo del príncipe Féliks Yusúpov, el responsable del asesinato de Rasputín en el invierno de 1916, también Ernest Beaux formaba parte del mundo del lujo y de la moda de la aristocracia rusa. Perfumista jefe de la empresa proveedora de los zares Alphonse Rallet & Co., regresó a Francia después de la Revolución y de la Guerra Civil para entrar a trabajar en la sucursal de Grasse del fabricante de perfumes Chiri, nuevo propietario de la empresa Rallet. En 1913, con motivo del tricentenario de la dinastía de los Románov, había creado para Catalina II el Bouquet Préféré de l'Impératrice, un perfume que en 1914 rebautizó con el nombre Rallet Nº 1: en medio de la guerra contra los alemanes, no resultaba oportuno ofrecer a las clientas rusas un perfume que homenajeaba a una zarina originaria de la casa Anhalt-Zerbst. Luego llevó a Francia la fórmula del *bouquet* e intentó adaptarla al gusto francés. De la serie de diez pruebas, Coco Chanel escogió la número cinco, que originaría después la marca Chanel Nº 5.



1. Bouquet Préféré de l'Impératrice en honor a Catalina II (1903).

Tilar J. Mazzeo, autora de un libro sobre «la historia del perfume más famoso del mundo», describe la escena en los siguientes términos:

Allí, delante de ellos, había diez pequeños frascos de cristal, etiquetados del uno al cinco y del veinte al veinticuatro. La separación entre los números reflejaba el hecho de que eran olores de dos series diferentes—aunque complementarias—, diferentes «tomas» de una nueva fragancia. Cada uno de aquellos pequeños frascos contenía una innovación de una nueva fragancia, basada en los olores centrales de rosa de mayo, jazmín, y de aquellas nuevas y atrevidas moléculas de las fragancias conocidas como aldehídos. Según la leyenda, en uno de los frasquitos un descuidado ayudante de laboratorio había añadido por accidente una enorme dosis de este último y todavía muy desconocido ingrediente, al confundir una dilución al diez por ciento con el material puro, con toda su fuerza.



2. Retrato de Ernest Beaux (*c*. 1921).

Aquel día, en la estancia, rodeados de hileras de balanzas y vasos de perfumista, junto con botellas farmacéuticas, Coco Chanel olía y reflexionaba. Lentamente, se acercaba cada muestra a la nariz y se oía el quedo sonido de su lenta inspiración primero y luego su lenta espiración. Su rostro no revelaba nada. Era algo que todos los que la conocían recordaban: lo impasible que podía parecer. En uno de aquellos perfumes, algo despertó un eco en el catálogo de sus sentidos, porque sonrió y afirmó, por fin, sin ninguna indecisión: «Número cinco». «Sí—dijo más tarde—, esto es lo que estaba esperando. Un perfume como ningún otro. Un perfume de mujer. Con olor a mujer».

Ernest le preguntó qué nombre daría a su nueva fragancia […] «Presento mi colección el 5 de mayo, quinto mes del año—le dijo a Ernest [Beaux]—, así que dejaremos que esta muestra número 5 conserve el nombre que ya tiene, nos traerá buena suerte».[3]

Muchos años después, en una conferencia pronunciada el 27 de febrero de 1946, el propio Ernest Beaux describiría así la escena:

Me preguntan cómo logré crear Chanel Nº 5. En primer lugar, creé el perfume en 1920, al regresar de la guerra. Pasé buena parte de ella movilizado en los países del norte de Europa, más allá del círculo polar, en la época en la que brilla el sol de

medianoche y los lagos y los ríos resplandecen con un frescor especial. Ese olor característico se me quedó grabado en la mente y, después de mucho esfuerzo y muchos intentos, conseguí generarlo de forma artificial, aunque los primeros aldehídos se mostraron inestables. En segundo lugar, ¿por qué ese nombre? La señorita Chanel, dueña de una tienda de ropa que marchaba muy bien, me pidió que creara un perfume para ella. Le mostré una serie que iba del número uno al cinco y del veinte al veinticuatro. Escogió algunas muestras, entre ellas la número cinco. «¿Cómo vamos a llamar el perfume?», le pregunté. La señorita Chanel respondió: «Voy a presentar mi colección de moda el día cinco del quinto mes, mayo. Así que vamos a dejar que el perfume lleve su propio número. El número cinco nos dará suerte». Reconozco que no se ha equivocado. Este aroma novedoso ha obtenido gran reconocimiento, muy pocos perfumes se han ganado tantos admiradores, muy pocos han sido tan imitados como Chanel Nº 5.[4]



3. Chanel Nº 5.

El Nº 5 era abstracto, nada lo asociaba con lujosos aromas tradicionales a rosa, jazmín, ylang-ylang ni madera de sándalo; más bien apuntaba a algo nuevo, a la producción química de un aroma, al uso de aldehídos, los ingredientes que iban a transformar el universo olfativo «de todo un siglo» y a convertir «Chanel Nº 5 en el perfume más importante de la edad de oro». No era la primera vez que se recurría a los aldehídos, pero sí en un perfume conocido y en cantidades tan grandes, con lo que «creó una familia de fragancias enteramente nueva: la familia conocida como aldehído-floral, término para un perfume en el cual el olor de los aldehídos es igual de importante que el de las flores».[5]

El honorable arte de la perfumería, que seguía sin poder negar su deuda con la alquimia y la jabonería, se topó con la química de la era

industrial. Los aldehídos son moléculas que contienen átomos de oxígeno, hidrógeno y carbono dispuestos de forma muy especial. Representan un estadio intermedio en el proceso natural que se origina cuando, durante la oxidación—es decir, bajo los efectos del oxígeno—, el alcohol se transforma en ácido. Los aldehídos son sintéticos, han sido creados en el laboratorio. Aisladas por los químicos, son moléculas estabilizadoras capaces de generar una serie muy variada de olores: canela, hierba, limón, la frescura ácida de la piel de naranja… Pero los aldehídos son también compuestos volátiles, se diluyen rápido y acaban desapareciendo. Intensifican los aromas de un perfume y hacen reaccionar al sistema nervioso: «Los aldehídos de un perfume ofrecen estas sensaciones: la experiencia de una frescura cosquilleante, el leve escalofrío de una chispa eléctrica. Hacen que la sensación de Chanel № 5 sea como frías burbujas de champán que estallan en los sentidos». Es el efecto que pretendía obtener Ernest Beaux: crear el aroma que le había acompañado durante su huida de la Guerra Civil rusa, cuando cruzaba la península de Kola y los paisajes nevados de la tundra, más allá del círculo polar. «En las nieves de las altas estepas alpinas y en la asolada tundra polar, los aldehídos están presentes en concentraciones que a veces son diez veces más altas que en las nieves de otros lugares». Al severo olor a nieve y deshielo del Chanel № 5, Beaux añadió una buena cantidad del exquisito jazmín que tenía a su disposición en Grasse, la capital de las flores y de los perfumes, para obtener así un aroma opulento y dulzón, e inevitablemente caro. «Este contraste esencial—entre unas notas florales empalagosas y el ascetismo de los aldehídos—es parte del secreto de Chanel № 5 y de su enorme éxito».[6]

Existen diferentes hipótesis sobre el origen de Chanel № 5. En contra de la teoría de la mezcla errónea por parte del asistente habla el hecho de que la proporción entre las cantidades de rosa-jazmín y de aldehídos estaba perfectamente equilibrada: en realidad, era el resultado de estudios previos muy sistemáticos. También se puede desmentir la tesis del aire polar extremadamente frío, ya que, en 1913, el propio Beaux había utilizado aldehídos en su Bouquet Préféré de l'Impératrice, inspirado en el exitoso perfume de Quelques Fleurs del maestro francés Robert Bienaimé (1876-1960), por lo que resulta más factible que en el caso de Chanel № 5 estemos ante una adaptación (modificada) del Bouquet Préféré de l'Impératrice de 1913, el perfume que un año después Beaux rebautizó como Rallet № 1.[7]

Por lo visto, la mezcla se componía de treinta y una materias primas. En el sofisticado idioma de los especialistas en perfumes, que tanto se esmeran por describir adecuadamente su labor, el registro de los aromas se detalla (o se encubre) de la siguiente manera:

En la nota olfativa inicial domina el aroma fresco-luminoso, ligeramente metálico-

céreo-ahumado del complejo aldehídico C-10/C-11/C-12 (1:1:1,06%), con sus típicas reminiscencias a hojas céreas de rosa y de piel de naranja. El aceite de bergamota, el linalool y el petitgrain absorben e intensifican los matices a limón y a hesperidio. La nota central se expande mediante los principales componentes aromáticos: jazmín, rosa, convalaria (hidroxicitronelal), aceite de iris y aceite de ylang-ylang… Con la idea de intensificar el aroma a jazmín, la señorita Chanel recurrió al jasmophore, una base comercial de jazmín, y a una base de rosa, la *rose E. B*. [iniciales de Ernest Beaux]. La esencia de pétalos y flores queda matizada por la ionona (iralia), con su voluminosa y polvoreada nota a violeta, que absorbe y expande el componente del iris. Otros ingredientes son la rosa de mayo, la esencia de neroli y el aceite de haba tonca brasileña. Unos acentos especiados de cassia y de isoeugenol proporcionan momentos de tensión y nos introducen en el fondo de la composición. Resulta aquí insólita para un perfume de mujer la nota a vetiver (calidad de Java), un contrapunto masculino al comienzo de la nota base que da fe del «toque» Beaux. Esta nota a madera queda matizada por los aceites de sándalo y de pachuli. La vainillina, la cumarina y el styrax nos llevan luego al complejo intensamente sensual de almizcle, que marca el tema de la composición en el acto final y que, en el original de 1921, contenía una infusión de almizcle y algalia que interactuaba con los nitro-almizcles Keton y Ambrette, guarnecidos de forma casi imperceptible por musgo de roble y corteza de canela. Por ser la cabra de almizcle una especie protegida y a causa también de la fototoxicidad de los nitro-almizcles, la fórmula se ha ido adaptando a lo largo del tiempo a las nuevas normas de seguridad.[8]

Gracias a un análisis molecular, se ha podido determinar «al cien por cien» el linaje oculto de Chanel Nº 5; claro que, por otro lado, se asegura que la fórmula se mantiene en secreto hasta hoy.[9]

Mucho de lo que atañe a Chanel Nº 5, también en cuanto a su evolución posterior, sigue envuelto en la incertidumbre. Se debe esto a lo específico de un oficio que siempre ha hecho gala de gran mutismo, tal como reflejaba la novela de Patrick Süskind. Porque el increíble éxito de Chanel Nº 5 no se explica sólo por su composición. Como veremos a lo largo de estas páginas, tuvieron que confluir muchos otros factores. El perfume es el resultado de lo que, en su homenaje a Coco Chanel, Karl Lagerfeld llamó la «conexión rusa», esto es, algo más que la suma de Chanel, Beaux y el gran duque Dmitri Pávlovich.[10] Ernest Beaux partió de una creación originariamente rusa, pero elaboró un aroma mucho más claro y audaz:

Captaba los olores de Moscú y San Petersburgo y la infancia dorada de Dmitri. Era la exquisita frescura del Ártico recordada durante los últimos días de un imperio que tocaba a su fin. Sobre todo, para Coco Chanel, aquí había un catálogo completo de los sentidos: los olores a ropa recién planchada y piel cálida, los olores de Aubazine y Royallieu, y todos aquellos recuerdos de Boy y Émilienne. Era de veras su perfume insignia. Como ella, incluso tenía un pasado oscuro y complicado.[11]

El perfume captó con exactitud el espíritu de la década dorada de 1920 y supuso, ni más ni menos, un cambio de paradigma en el mundo de los aromas. Nada expresa mejor esa ruptura que el diseño del frasco de Chanel Nº 5, cuyo mensaje parece ser: ya ha pasado la época de los pétalos y de la pompa floral, de la ornamentación y los adornos, ahora comienza una nueva era. Jean-Louis Froment, que

organizó en el Palais de Tokyo la gran exposición de 2012 sobre Chanel Nº 5, asegura que este perfume es la encarnación del «espíritu de la época».[12]

También en Rusia tuvo lugar un «cambio paradigmático»—mucho más brutal—en medio de «tiempos turbulentos», tal como se denomina allí la década de guerra, revolución y lucha fratricida, una situación caótica en la que se cerraron y se expropiaron fábricas, se expulsó o se asesinó a los empleados, una época en la que, debido al cambio de propietarios, se destruyeron y se esparcieron por el mundo infinidad de archivos. Las empresas tenían que cerrar porque los trabajadores habían vuelto al campo para poder alimentarse, el bloqueo y la guerra civil interrumpieron el suministro de materias primas, e incluso se pensó muy seriamente en eliminar la industria perfumera como parte de la industria del lujo. Los especialistas extranjeros habían abandonado el país (los alemanes, «extranjeros enemigos», lo habían hecho en 1914, al comienzo de la guerra), la disciplina de trabajo y la producción se desmoronaban. La plantilla de grandes fábricas de perfumes y cosméticos, como fue el caso de Brokar & Co. en Moscú, se redujo—Brokar, que antes de la Revolución sumaba mil empleados, acabó con doscientos—, los maestros y los expertos huyeron y los edificios empezaron a utilizarse para otros fines; en la sede de Brokar se imprimieron durante un tiempo los *sovznaki*, es decir, los billetes soviéticos, mientras que los sucesores de Brokar tuvieron que mudarse a una fábrica de empapelados. Un folleto publicado en 1914 con motivo de la celebración del cincuentenario de la compañía muestra uno de los complejos industriales más modernos de Moscú y una de las fábricas perfumeras más grandes del mundo.[13] No sorprende que, en medio de la precariedad general en esos años de guerra civil—escaseaba el papel y muchas bibliotecas acabaron en las estufas *burzhuiki*—, nadie se ocupara de colgar los espectaculares carteles publicitarios que habían dado a conocer a la empresa a lo largo y ancho del imperio. Las compañías privadas fueron expropiadas y recibieron nuevos nombres. La firma Brokar pasaría a llamarse Jabonería Estatal Nº 5 y, más adelante, Nóvaia Zariá (‘Nuevo Amanecer’). Rallet & Co. sería primero la Jabonería Estatal Nº 4 y, a partir de 1924, la empresa Svoboda (‘Libertad’). La fábrica de perfumes S. I. Chepelevetski e Hijos se transformó en la fábrica Profrabotnik (‘Sindicalista’); la firma Köhler, en Farmzavod (‘Empresa Farmacéutica’) Nº 12.[14] Tan pronto como pudo arrancar, en la medida de sus posibilidades la producción al completo fue destinada a cubrir las necesidades básicas de la población en cuanto a productos higiénicos. La industria perfumera retornaba así a los comienzos, a la época de elaboración de jabones, al menos por un tiempo. Lo primordial ahora era abastecer en campaña a un Ejército Rojo

necesitado de productos higiénicos primarios para poderlos intercambiar con los campesinos. El jabón y los perfumes eran objetos muy valiosos en la economía de trueque; un trozo de jabón equivalía a un mendrugo que podía salvar una vida.[15]

Según han revelado investigadores rusos, la puesta en marcha de empresas amenazadas de cierre fue sobre todo mérito de los trabajadores y de los empleados. Yevdokía Iványovna Uvárova, trabajadora y miembro del Partido Bolchevique, se aupó a la dirección de la Jabonería Estatal № 5 (la antigua Brokar) y se puso en contacto directo con Lenin.[16] Logró así rescatar parte de los valiosos restos de las esencias de Brokar y de otras firmas para que pudieran utilizarse en la reactivación de la empresa, si bien en un grado mucho menor que antes.

Después de la Revolución y de las expropiaciones de empresas como Brokar y Rallet, el principal legado que se conservó de éstas no fue tanto lo puramente material—es decir, las herramientas, la maquinaria o las materias primas—como el trabajo llevado a cabo, el fruto de los conocimientos técnicos y de la experiencia del personal especializado y del equipo directivo. En el caso de la firma Brokar, ahora Nóvaia Zariá, uno de los especialistas era Auguste Ippolítovich Michel, que poseía las fórmulas para la composición de los perfumes y conocía los procesos de producción. En 1924, cuando se reanudó la importación de aceites etéreos, Auguste Michel era el encargado de elaborar las fragancias. Su primera creación fue Manon en 1925. Ese mismo año desarrolló también el perfume Krásnaia Moskvá (‘Moscú Rojo’), que, según la descripción del perfumista S. A. Voitkévich, incluía aceites etéreos de pétalos de naranjo, limón, bergamota y almizcle. El tono base del aroma era el compuesto alfa isometil ionona, en una proporción del treinta y cinco por ciento; según otra descripción, el perfume constaba de sesenta componentes, entre ellos iris, violeta, clavo, ylang-ylang, rosa y ámbar gris.[17] El perfume ya se había elaborado en el año 1925, pero no salió al mercado hasta 1927, en el décimo aniversario de la Revolución de Octubre.[18]

Durante muchos años, en la Unión Soviética se silenciaba el nombre de Auguste Ippolítovich Michel y se ponía en duda su autoría. Por lo visto, incluso alumnos formados por él mismo y que se cuentan entre los pioneros de la industria perfumera soviética, como Alekséi Pogudkin y Pável Ivánov, hablaban mal del perfumista extranjero. Por fin, en 2011, Antonina Vitkóvskaia, directora general de Nóvaia Zariá, declaró que Auguste Michel había sido el «creador del célebre Krásnaia Moskvá». Y mientras pronunciaba estas palabras entregó un regalo al entonces presidente ruso, Dmitri Medvédev: «La leyenda de la perfumería rusa: el perfume Krásnaia Moskvá. En nuestra fábrica se conserva un ejemplar de 1913. Se lo entregamos a usted para que

tenga entre las manos un pedazo de la historia de la perfumería rusa». Se trataba del frasco original y de ese primer perfume que se rebautizó tras la evolución como Krásnaia Moskvá. En las vitrinas del Museo para el Arte de la Perfumería, situado en la fábrica moscovita de Nóvaia Zariá, se alineaban, uno al lado del otro, los frascos del perfume Bouquet Préféré de l'Impératrice y de Krásnaia Moskvá.[19]



4. Auguste Michel (a la izquierda) en pleno trabajo, a mediados de la década de 1930.

En realidad, la historia no está tan clara. Se conocen muchos detalles de la biografía y de las distintas etapas vitales de Ernest Beaux, pero buena parte de la vida de Auguste Michel sigue en penumbra. Ernest Beaux, hijo del perfumista de la Alphonse Rallet & Co., la empresa proveedora del zar, nació en 1881 en Moscú. Después de formarse y de cumplir el servicio militar en Francia, regresó en 1902 a Rusia, donde fue nombrado perfumero jefe de Rallet. En 1912 logró un primer gran triunfo al crear el Bouquet de Napoléon—en conmemoración del centenario de la batalla de Borodinó—, éxito que repetiría un año más tarde, en el tricentenario de la Dinastía Románov, con el Bouquet de l'Impératrice.

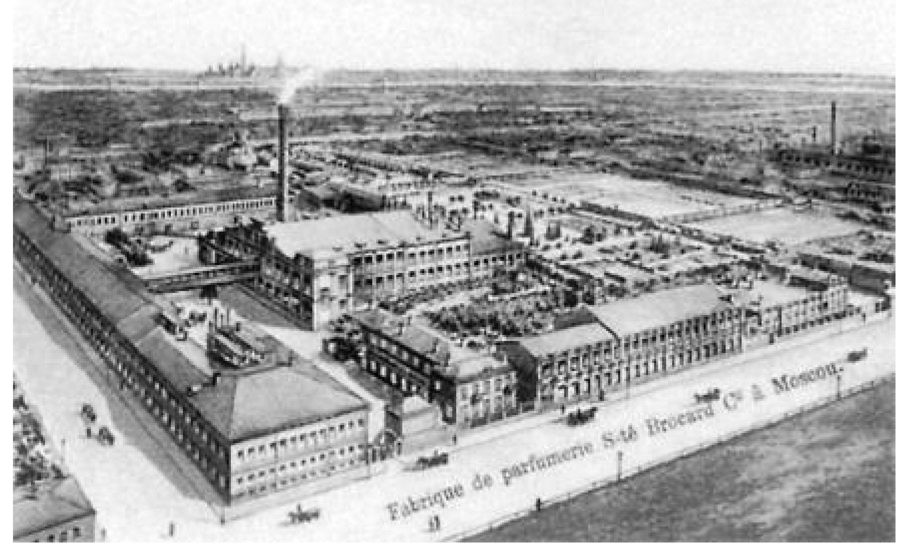


5. Krásnaia Moskvá (‘Moscú Rojo’).

Este perfume, bautizado en honor a Catalina la Grande, pasó a llamarse dos años después Rallet Nº 1, en señal de amistad a los aliados franceses durante la guerra. Lo que presentó Beaux a Coco Chanel en 1920, una vez acabada la Guerra Civil, era en realidad una nueva versión del Rallet Nº 1. De Auguste Michel tenemos muy pocos datos, y en parte contradictorios. Hay quien lo considera hijo de un perfumista francés emigrado a Rusia en el siglo XIX. En una entrevista de 1936, él mismo declaró que había nacido y crecido en Grasse, en la Costa Azul, y que también allí había llevado a cabo su formación de perfumista antes de recalar, en 1908, en la empresa moscovita Rallet; de ahí fue luego captado por Brokar.[20] Es muy probable que Ernest Beaux y Auguste Michel se conocieran y que este último estuviera al tanto de las creaciones aromáticas del primero. Sabemos con certeza que ambos fueron alumnos de Alexandre Lemercier, el maestro perfumista de Brokar, y que se beneficiaron de las innovaciones de Robert Bienaimé, perfumista de Houbigant que ya había utilizado aldehídos (la combinación C-12 MNA) en su célebre perfume Quelques Fleurs de 1912. Así que Auguste Michel, que había cambiado Rallet por Brokar, conocía la fórmula del Bouquet de Napoléon, el punto de partida para la creación del Bouquet Favorito de Catalina II. Todo ello daba a entender—según Natalia Dolgopólova—que en 1912-1913 aparecieron dos perfumes idénticos o muy similares en dos empresas distintas de Moscú y bajo nombres diferentes. Ernest Beaux, que había trabajado en Rallet & Co., se llevó a Francia la fórmula de Bouquet de Napoléon y de Bouquet Préféré de l’Impératrice y creó allí Chanel Nº 5, mientras que Auguste Michel siguió su camino de Rallet a Brokar y luego a Nóvaia Zariá, la empresa que surgió de la expropiación de

Brokar.[21]

Sea como fuere, Krásnaia Moskvá entró en escena, se convirtió en el perfume más famoso de la Unión Soviética y, tras un paréntesis debido al desmoronamiento del imperio, retornó al mercado ruso como exitoso *remake* fruto de la privatización. Claro que el aroma del Krásnaia Moskvá en su tercera generación cambió mucho respecto del original. Para experimentar la fragancia original, para olerla, habría que reconstruir las anteriores versiones según las fórmulas y los ingredientes primigenios. Otra opción sería encontrar un frasquito bien conservado, cerrado herméticamente, y abrirlo. Y una tercera sería recurrir a la descripción del aroma que nos ofrecen los expertos soviéticos, por ejemplo, R. A. Fridman: «Un perfume cálido y delicado, incluso ardoroso, pero íntimo y suave. Un típico perfume femenino».[22]



6. Recinto de la empresa Brokar & Co., Moscú (antes de 1944).

Aunque parecen innegables tanto la transferencia de información como una cierta continuidad, el protagonismo de Auguste Michel en todo este proceso se debió más bien a la casualidad; eso es al menos lo que se desprende de una entrevista realizada en la década de 1930. Michel, que había sobrevivido en Moscú a las turbulencias de la Revolución, trató de volver a su patria al final de la Guerra Civil, tal como había hecho buena parte de la comunidad francesa establecida en la capital. Pero nunca le devolvieron el pasaporte, que tuvo que entregar a las autoridades moscovitas para obtener el visado. Se quedó indocumentado y tan sólo recibió un permiso de residencia que le permitía retomar su trabajo en Brokar, compañía que entretanto había sido nacionalizada. Así siguió hasta que, en 1924, Francia y la Unión Soviética reanudaron las relaciones diplomáticas. Michel recuperó su pasaporte, pero se quedó en la Rusia soviética, ya fuera porque podía

seguir ejerciendo su trabajo o por haber encontrado al amor de su vida. Lo que sí parece comprobado es que Michel desempeñó un papel significativo en el renacimiento de la industria perfumera rusa tras una revolución que, en cierto modo, fue responsable de ese «cambio de paradigma» en el mundo del perfume.



7. Frasco de Brokar.

Después de la Revolución se nacionalizaron las empresas perfumeras —altamente desarrolladas y casi todas en manos extranjeras, en especial francesas—, que competían intensamente por el enorme mercado euroasiático. Las prioridades eran radicalmente distintas: se trataba ante todo de fomentar la producción masificada y de abastecer a la población con artículos de higiene y cosmética que cubrieran las necesidades cotidianas; los expertos extranjeros habían abandonado el país y se había cortado el suministro para la exportación y la importación de los ingredientes necesarios, por lo que era necesario reorganizar todo el sector perfumero y fijarlo sobre nuevos fundamentos.

El Consejo Superior de Economía (WSNCh) unificó las empresas de la industria del perfume y del jabón en el Comité Central de la Industria de la Grasa (Tsentrozhir); a partir de 1921 el Tsentrozhir se convirtió en el trust Zhirkost. Cuando se inició la Nueva Política Económica (NEP), a principios de la década de 1920, existían cuatrocientos setenta grupos industriales similares. Todas las empresas importantes del ramo de la cosmética estaban integradas en Zhirkost, entre ellas

las antiguas Brokar y Rallet. Elaboraban perfumes, jabones, agua de colonia, polvos de talco y dentífrico, y todos ellos se rebautizaron. El trust—reorganizado muchas veces—entró en la historia soviética con un nombre de resonancias francesas: TeZhé. Era la abreviatura de Gosudárstvenny Trest Zhirovói i Kosteobrabátivaiushchei Promíshlennosti ('Trust Estatal de la Industria Procesadora de Grasa y Huesos'). TeZhé—pronunciado como el francés *tejé*—se convirtió en el nombre de una marca, ni más ni menos que en el *label* de la cosmética soviética de las décadas de 1920 y 1930. En 1926 y 1927, TeZhé agrupaba a once empresas con 6120 trabajadores y 652 asalariados, si bien los perfumes suponían tan sólo la parte más pequeña de la producción.[23] Con su aire francés, TeZhé competía semánticamente con marcas como Rallet, Coty, Guerlain, Houbigant, conocidas ya de antes de la Revolución, e incluso regentaba lujosas boutiques en las grandes ciudades soviéticas y, especialmente, en los hoteles frecuentados por extranjeros. TeZhé era además propietario de todas las instalaciones necesarias para la elaboración de productos de perfumería, que incluían laboratorios químicos, vidrierías y establecimientos para la venta. En lo que se refiere a las dimensiones y al surtido, el complejo soviético de perfumería y cosmética formaba el trust más grande del mundo.

TeZhé representa la nueva dimensión de la fragancia después de la Guerra Civil, pero encubre al mismo tiempo el rumbo totalmente distinto emprendido a partir de entonces: el de la perfumería como parte de un consorcio estatal que sigue un plan muy concreto y que no está sujeto a las leyes de la oferta y la demanda, a la «competencia anárquica» entre las marcas. La producción de perfumes se ha convertido en una «acción central del Estado» (Hegel), las decisiones inminentes sobre notas aromáticas, cosméticos, perfumes y etiquetas forman parte de la labor cotidiana del Comisario del Pueblo responsable de la Industria Alimentaria y Ligera. A partir de ahora, en el reino de los aromas rige el «primado de la política».

El aroma de un perfume, que en su día se llamó Bouquet de Napoléon o Bouquet Préféré de l'Impératrice Catalina II, es el punto de partida de dos perfumes revolucionarios, cada uno a su manera. Aunque se trate de un aroma (casi) idéntico, va a marcar en los próximos años (y décadas) dos caminos muy distintos hacia la modernidad. Con ello se culmina un cambio de paradigma que se refleja también en la forma, en el diseño del frasco. La tendencia es la sencillez; en un caso por el hastío que provocan los excesos ornamentales, en el otro por simple necesidad. Aun así: las formas de los frascos revelan de por sí cierto carácter geométrico y funcional, en consonancia con la corriente artística del suprematismo. El diseñador de las etiquetas fue probablemente un artista llamado Nikolái

Strúnnikov. El estuche del Bouquet Favorito y el frasco del futuro Krásnaia Moskvá los bosquejó Andréi Yevséiev.



8. Bouquet de Napoléon, perfume creado en 1912 para conmemorar el centenario de la batalla de Borodinó.

Otro artista injustamente olvidado que también trabajó para Brokar fue Vladímir Rossinski. Antes de la Revolución había diseñado la elegante edición conmemorativa del cincuentenario de Brokar (1864-1914), en la que se repasa la historia de la empresa mediante una serie de viñetas coloreadas—algo espectacular para entonces—. TeZhé adopta muchos de estos diseños prerrevolucionarios.[24] En la época de la Nueva Política Económica (NEP)—más o menos de 1921 a 1928—, se retoman las viejas formas ligeramente modernizadas, pero se cambian algunos nombres. Así, por ejemplo, un cartel publicitario ensalza unos polvos de nombre tan inofensivo como Pluma de Cisne, mientras que otro presenta un producto llamado Espartaquiada, evocando la competición deportiva proletaria. Coexisten aquí las formas nuevas con las antiguas, un fenómeno característico de sociedades en transición y dominadas por la diarquía. Claro que la transición no va a librarse de sufrir un encontronazo en el campo de los aromas, un choque que tampoco dejará incólumes a los propios creadores de fragancias.

Una gota de perfume puede condensar toda la historia del siglo XX. Cuando en la primavera de 1921 Gabrielle Coco Chanel viajó a Grasse, el centro mundial de las fragancias situado en la Costa Azul, y se citó con el perfumista Ernest Beaux para escoger una de sus composiciones, no podía saber que la fórmula de ese perfume, que haría carrera con el nombre Chanel Nº 5, se conocía también en otro lugar: en Moscú.[25]

Chanel Nº 5 y Moscú Rojo pertenecen a mundos distintos, pero ambos representan a su manera el final de la *belle époque* y el inicio de una revolución en el mundo de los aromas, y ello a pesar de que los dos deben su existencia a la celebración del aniversario de una dinastía condenada ya al ocaso. Sabemos mucho de la carrera de Chanel Nº 5, pero muy poco sobre la relevancia de Moscú Rojo. El frasco de Chanel Nº 5 ocupa un lugar de honor en el Museum of Modern Art de Nueva York; el frasco de Moscú Rojo tuvo que esperar a los últimos años de la Unión Soviética, y más en particular a su desmembramiento, para convertirse en objeto de deseo de los husmeadores de productos *vintage* en los rastros y tiendas de anticuarios.[26] La declaración de Marilyn Monroe al decir que lo único que se ponía para dormir eran unas gotas de Chanel Nº 5 se ha convertido no sólo en eslogan publicitario, sino en nuestro patrimonio cultural.

André Malraux consideraba que la imagen de Francia del siglo XX estaba marcada por tres figuras: Picasso, Chanel y De Gaulle. Bernard Shaw sostenía que Coco Chanel y Marie Curie eran las mujeres más relevantes del siglo XX.[27] De Polina Zhemchúzhina-Mólotova, sin embargo, apenas sabemos nada, tan sólo la relacionamos con su marido, Viacheslav Mólotov, o, al menos, con el cóctel Mólotov, del que, por cierto, ni siquiera él podría reivindicar el derecho de propiedad.[28] Son historias que discurren por cauces diferentes, pero que van en cierto modo de la mano, y que nos dejan intuir algo de la íntima trabazón de un período histórico que se antoja más dividido que ningún otro: la «época de los extremos» (Eric Hobsbawm), a la que suceden largos años en los que el mundo estuvo dividido. Quien quiera narrar la historia de ambos bloques está obligado a contar la historia de una acción paralela cuyos actores apenas saben nada los unos de los otros—o bien no tienen intención alguna de conocerse—, una historia que valdría la pena rastrear, aun cuando no parezca pertinente remover los escombros de un orden mundial que ya ha quedado obsoleto en este siglo XXI; y menos aún ocuparse de perfumes, olores y objetos de lujo.[29] Pero es precisamente ahora, una

vez concluida la partición del mundo en dos hemisferios, cuando se hace posible narrar la historia de los aromas, ahora que disponemos, si no de las claves, sí al menos de una idea más detallada de lo que aconteció durante el siglo XX. Tal vez sea cierto que el gran mundo reflejado en una gota de agua se condensa también en una gota de perfume, y que además exhala algo del aroma del siglo para el que fue creado.

No es necesario recurrir a un «impulso olfativo» para fundamentar, o incluso justificar, el interés científico de los historiadores por los olores y los aromas. Trabajos pioneros como *El perfume o el miasma* de Alain Corbin conciben el mundo como un universo de olores y la historia de los olores como un componente esencial del estudio del «mundo de la vida», además de contribuir a que se reconozca el papel del olfato en la historiografía. La novela *El perfume* de Patrick Süskind no es sólo un relato de crímenes brillantemente construido, sino un libro que incide en la relevancia del sentido olfativo y que ha renovado además el justo interés por la historia de las sustancias olorosas y de la repercusión que han tenido siempre los perfumes.[30] Debería haber quedado claro ya que para percibir en su justa medida la historia del mundo no sólo son «relevantes» los ojos y los oídos—gracias a esa priorización de lo audiovisual que asumimos como algo obvio—, sino que también hay que considerar los otros sentidos: el olfato, el tacto y el gusto.[31] Aunque los libros de Patrick Süskind y Alain Corbin se publicaron en la década de 1980, el olfato sigue ocupando un lugar muy secundario en la historiografía; en la jerarquía de los sentidos se sitúa en último lugar. Representa lo no-consciente, lo inconsciente, lo no-racional, lo irracional, lo incontrolable, lo arcaico, lo peligroso. La Ilustración desterró el olfato. «La historia nos llega desodorizada» (Roy Porter) y la vista se considera como «el más racional de los sentidos». «Mientras que en las Ciencias Naturales el olfato parece seguir siendo “irrelevante”, en el campo de las Ciencias Sociales y Humanas se diría que empieza a revelar su potencial para acceder a territorios apenas explorados. Al menos ha mostrado fuerza inspiradora». Dicho llanamente: en la historia aún no se «husmea» lo suficiente.[32]

El mismo pensamiento occidental tiende en gran medida a marginar el olfato, si bien de vez en cuando parece revolverse contra la preeminencia de los sentidos «racionales». Hegel siente impotencia ante la expansión de la «intelección pura», que compara con «el difundirse de un aroma en una atmósfera que no le opone resistencia»:

La comunicación de la intelección pura puede compararse con una expansión tranquila o con el difundirse de un aroma en una atmósfera que no le opone resistencia. Es un contagio penetrante que no se hace notar previamente como algo opuesto al elemento indiferente en el que se insinúa, y que por eso no puede ser evitado.[33]

En su *Antropología* Kant considera el sentido del olfato como «el más prescindible», y relega al mal olor a un trasfondo sobre el que se destaca el aroma, que sólo así tiene «sentido»:

¿Qué sentido orgánico es el más desagradecido y puede ser también el más superfluo? El del olfato. El cultivarlo, y menos refinarlo para gozar, no compensa el esfuerzo; pues hay más objetos para producir asco (principalmente en los lugares más poblados) que para producir las sensaciones agradables que este sentido puede proporcionar, además de que el goce por medio de este sentido nunca puede ser sino fugaz y pasajero, si es que ha de causar un verdadero placer. Pero como condición negativa del bienestar, para no respirar un aire nocivo (el vaho de las estufas, la fetidez de los pantanos y muladares) o no emplear como alimento cosas corrompidas, no deja este sentido de tener importancia.[34]

Nietzsche, por su parte, dice de sí mismo: «Mi genio está en mi nariz».[35] Y: «Decidme, animales míos: esos hombres superiores, todos ellos, ¿es que acaso no huelen bien? ¡Oh, puros aromas en torno a mí! Sólo ahora sé y siento cuánto os amo, animales míos».[36] El perfumista ruso Konstantín M. Verigin alude a Arthur Schopenhauer, que calificó al olfato como «el sentido de la memoria, porque el olfato nos recuerda, como ninguna otra cosa, la impresión específica de un suceso o un entorno, incluso del pasado más remoto».[37] Y George Orwell, uno de los más irreverentes observadores del siglo XX, afirma que el olor es la causa profunda del clasismo: «Las clases bajas apestan. Eso es lo que nos enseñaban [...] No hay sentimiento de agrado o desagrado tan básico como el que se basa en una sensación física».[38]

No percibimos únicamente con los ojos, nuestra percepción no sólo se basa en imágenes y nuestros recuerdos no sólo se graban en signos icónicos o emblemáticos. Igual que existe el «ruido del tiempo» y cada época tiene su propio *sound*, así también cada período histórico tiene su propio olor. Los miembros de la generación que creció bajo la sombra del muro y del telón de acero, y que tuvieron que cumplir los «ritos de paso» en los pasos fronterizos—el de Berlín-Friedrichstraße entre Berlín occidental y Berlín oriental o el de Cheb/Eger en la antigua frontera germano-checoslovaca—, conservarán para siempre un recuerdo olfativo de la frontera. No podemos escabullirnos del mundo de los olores, incluso cuando se haya cumplido un largo período de instrucción, de distanciamiento del olor concreto—casi siempre de connotaciones negativas—, de progresiva «desodorización». No sólo aprehendemos el mundo con los ojos, sino también con la nariz. El ritmo de las estaciones no sólo concierne a las tonalidades de la luz, a la claridad y a la oscuridad, sino también a los matices de los olores: el aire que trae la nieve, la frescura del viento primaveral, el calor estival que se posa sobre la campiña o la ciudad, el olor a moho de la hojarasca otoñal. Todos los días delimitamos zonas marcadas por olores—el vaho de café que se eleva del vaso de

cartón del *coffee to go*; el olor a aceite de las fritangas callejeras; el aire en cierto modo «industrial», con regusto a grasa y a alquitrán, que nos envuelve cuando bajamos las escaleras mecánicas del metro—. Viajamos en autobuses en los que—dependiendo de la estación del año y de la temperatura—las exhalaciones de los cuerpos apretujados resultan más intensas que las capas de desodorante que se han aplicado. Aspiramos el olor picante, sí, especiado, de la gasolina en las estaciones de servicio, y el olor indefinido de los grandes almacenes y los supermercados, en los que la diversidad del surtido infinito de productos se diluye en una papilla olfativa difícilmente identificable. El más mínimo trastorno del olor cotidiano—un cubo de basura sin retirar—causa irritación y desagrado en la burbuja inodora en la que nos movemos habitualmente; nos cuesta soportar el hedor. No sólo sufrimos la dictadura de la intimidad, sino también la dictadura del mundo olfativo creado por esa intimidad; tratamos de impedir que cualquier olor se acerque a nosotros. El desarrollo de la humanidad se mide según la capacidad para dejar atrás el olor, y lo que se considera aromático o hediondo forma parte de la dialéctica del amo y el esclavo descrita por Hegel y Marx, de la rivalidad entre el centro y la periferia, entre lo que está arriba y lo que está abajo, entre personas que viven juntas en espacios reducidos, entre Occidente y el mundo más allá de Europa. La expansión del inodoro con cisterna de agua es una vara de medir la civilización más fiable que la instauración del sistema parlamentario, al menos según el parecer de Somerset Maugham.[39] Al olor del progreso durante la era industrial—la humareda de las chimeneas de las fábricas—le sucedió la falta de olor de la era digital postindustrial; sí, incluso la idea de establecer zonas para no fumadores con objeto de garantizar un mayor disfrute en el restaurante. En el lenguaje de la agitación política, el Antiguo Régimen acaba en el «estercolero de la historia», mientras que la época naciente se considera un paraíso lleno de aromas también paradisíacos. La literatura está plagada de aromas—la fragancia de los pétalos, el «humo de la patria» (Fiódor Tiútchev), pero también el olor acre de los cigarrillos sin filtro de la marca soviética Belomorkanal—. Entre las catástrofes del siglo XX no sólo se encuentran paisajes apocalípticos, sino también cámaras de gas, el horrible olor del humo que sube de los crematorios, o el olor de los campos de exterminio, donde se deja a los prisioneros pudrirse en vida. Los olores y los aromas tienen su propia fecha de fabricación y de caducidad. Los olores siguen flotando cuando los sistemas políticos han caído y las ideologías han quedado obsoletas, o viceversa. Los ciclos de los olores no coinciden con los períodos electorales, tienen su propio ritmo, los mundos aromáticos pueden sobrevivir a las revoluciones. «El aroma del grande y vasto mundo», eslogan de una marca de cigarrillos, se

asoció en su día al horizonte que abrió la compañía aérea Panamerican. El cambio de gusto que separa a las generaciones también puede medirse por los perfumes. Las guerras no sólo provocan el fragor de las batallas, sino también el humo de la pólvora, la pestilencia de la tierra quemada y los cadáveres. Tras la tormenta, con su descarga de rayos y truenos, viene el aire fresco y puro. Al describir escuetamente el más banal de los sucesos de la actualidad, o del pasado, no podemos prescindir de los datos sobre el lugar y el tiempo, pero tampoco sobre los sabores y los olores. Es inútil polemizar sobre a cuál de los sentidos hay que conceder prioridad: la vista, el oído, el tacto, el olfato o el gusto. En nuestros recuerdos no sólo se graban imágenes, también los impregnan olores. Basta un soplo de viento, el roce de un aroma, para que nuestro cerebro reviva una escena completa: el olor de cera del parquet o la escalera del colegio, el olor de la papelería, el gimnasio del instituto, el humo que sube del incensario durante la misa, el olor a gasolina del coche, ya sea un Ford estadounidense o un Trabant de la antigua Alemania Oriental.

A todas las fases de la vida se adhiere el aroma del tiempo, y nada hay de malo en recurrir a él para reconstruir el pasado. La «escena fundacional» de este proceso es sin duda el episodio de la magdalena de *En busca del tiempo perdido* de Marcel Proust; cuando el bizcocho mojado en té provoca un «repentino estado de felicidad». Lo que describe Proust sobre el sentido del gusto sirve también para el olfato: «Pero en el mismo instante en que aquel trago, con las migas del bollo, tocó mi paladar, me estremecí, fija mi atención en algo extraordinario que ocurría en mi interior. Un placer delicioso me invadió, me aisló, sin noción de lo que lo causaba». A lo largo de las siguientes páginas leemos una reflexión sobre lo que desencadena la magdalena. No hay un final lógico, sino la «evidencia de la felicidad»:

> Indudablemente, lo que así palpita dentro de mi ser será la imagen y el recuerdo visual que, enlazado al sabor aquél, intenta seguirle hasta llegar a mí. Pero lucha muy lejos, y muy confusamente; apenas si distingo el reflejo neutro en que se confunde el inaprehensible torbellino de los colores que se agitan; pero no puedo discernir la forma, y pedirle, como a único intérprete posible, que me traduzca el testimonio de su contemporáneo, de su inseparable compañero el sabor, y que me enseñe de qué circunstancia particular y de qué época del pasado se trata […] Y de pronto el recuerdo surge.

Se evoca aquí un lugar concreto, un día concreto, una escena concreta:

> Pero cuando nada subsiste ya de un pasado antiguo, cuando han muerto los seres y se han derrumbado las cosas, solos, más frágiles, más vivos, más inmateriales, más persistentes y más fieles que nunca, el olor y el sabor perduran mucho más, y recuerdan, y aguardan, y esperan, sobre las ruinas de todo, y soportan sin doblegarse en su impalpable gotita el edificio enorme del recuerdo.

Todo regresa, las ninfeas, la gente del pueblo, sus viviendas

chiquitas, la iglesia, Combray entero y sus alrededores, «todo eso, pueblo y jardines, que va tomando forma y consistencia, sale de mi taza de té».[40]

Si esto es así, entonces también la historia del perfume y de la industria del lujo es algo más que una arista de la realidad social. Una gota de perfume es tiempo atrapado en olor, y el frasco es el recipiente que contiene el aroma de la época. La fascinación por los frascos que observamos hoy en la Rusia postsoviética es algo más que una «chifladura»: se trata también de una suerte de «busca del tiempo perdido». Probablemente ya haya nacido el Proust postsoviético.

Salta a la vista lo complicado que resulta actualizar los paisajes olfativos. El ojo puede apoyarse en imágenes que han sido dibujadas, documentadas y reproducidas, a su disposición tiene mundos de signos infinitamente ricos, diferenciados y variados. Para el oído existen partituras, grabaciones del tejido sonoro de una ciudad o de la fanfarria de un desfile multitudinario, voces de una entrevista o del discurso festivo en una fecha señalada. Los paisajes de sonidos o de ruidos se pueden documentar, consultar, leer, reproducir, ya provengan de una campana o de un altavoz. Los instrumentos se pueden reconstruir. Pero, incluso en una época que dispone de análisis bioquímicos tan sofisticados, ¿qué sucede con el olor como fuente fiable, «comprobable intersubjetivamente» y «objetiva»? Las sustancias tienen su olor, las flores su fragancia. En la era de la química es posible generar y reproducir a voluntad los aromas, pero no duran eternamente. No existe un archivo en el que conservar los aromas para recurrir a ellos siempre que se desee. Los aromas se desvanecen. Pueden describirse, pero, por muy rico que sea el lenguaje utilizado, nunca logrará abarcar los infinitos matices aromáticos, por no hablar de los que perciben los profesionales en la materia. Para los profanos, cualquier intento de fijar, objetivar o hacer «legible» en instrumentos o partituras las «tonalidades», los matices, las modulaciones, las voces y las esferas de los aromas es tan sólo una aproximación, un recurso insuficiente.

No es casual que en la historia de los aromas nos centremos en los recipientes, en los frascos que aún existen cuando se han evaporado las últimas huellas de los éteres y las esencias. Son la forma que equivale a la composición. Los recipientes, metonimias del aroma, se convierten en signos. De ahí que los arqueólogos del perfume frecuenten los lugares donde abundan los frascos: los anticuarios, las numerosas páginas web de las comunidades *vintage* y los catálogos de eBay. Muchas ciudades tienen también su museo del perfume: París, Versalles, Grasse, Barcelona, Colonia, San Petersburgo y Moscú. Y se reunirá más material a medida que los coleccionistas que reptan por los desvanes donde las abuelas ocultan los envases de aromas costosos

y exóticos vayan descubriendo más vestigios de épocas pasadas. Entre todas las exposiciones y archivos posibles de olores, deberíamos reservar un lugar especial para un museo que contuviera los frascos utilizados por la Stasi de la RDA para conservar pruebas de olor de disidentes y adiestrar con ellas a sus perros rastreadores.

Para el propósito que perseguimos en este libro debe bastar la aptitud de un historiador consciente de sus limitaciones y que no ha visitado ni laboratorios de olores ni escuelas de perfumistas, pero que tiene el presentimiento de que no sólo existe el «ruido del tiempo» (Ósip Mandelstam), sino también el «olor del tiempo», de que no sólo nos movemos en paisajes sonoros, sino también aromáticos. Si queremos despedirnos del siglo XX, debemos hacerlo con todos los sentidos. Seguiremos para ello el rastro de Chanel № 5 y de Moscú Rojo. Retornaremos primero a su origen común, a la prehistoria. Nos ocuparemos de los creadores de los aromas, que no suelen aparecer en las etiquetas de los frascos. Observaremos luego cómo la historia se bifurca y hasta qué punto el proceso no sólo afecta a un frasquito lleno de una esencia muy valiosa, sino al mundo entero que condensa. Y veremos que lo que aconteció a sus creadoras y creadores a lo largo del siglo XX es asimétrico e injusto.

CUANDO «SE ROMPE EL ESLABÓN MÁS FRÁGIL DE LA CADENA DEL IMPERIALISMO» (LENIN)

EL MUNDO DE LOS AROMAS Y LA REVOLUCIÓN OLFATIVA

En una época que actualmente llamamos «primera globalización», las carreras de los perfumistas Ernest Beaux y Auguste Michel no son casos aislados. Que una empresa se trasladara de la Costa Azul a San Petersburgo o a Moscú, que se fundaran fábricas en los nuevos centros industriales del Imperio zarista y que surgieran comunidades extranjeras en ciudades rusas de vertiginoso crecimiento no eran excepciones, como tampoco lo era el tráfico cada vez más fluido en dirección contraria, hacia el oeste. Con el Nord Express el vaivén entre San Petersburgo y París se había convertido en rutina. La mantequilla rusa se exportaba a Europa occidental, flores y fresas frescas viajaban desde la Costa Azul hasta Rusia para alegrar las recepciones de la corte.

Las trayectorias de Beaux y Michel son sintomáticas de un mundo en expansión. Víktor Lobkóvich, coleccionista de frascos y revitalizador de la historia del perfume en Rusia, habla incluso de la «época dorada de la perfumería y la cosmética rusa entre 1821 y 1921».[41] Y todo apunta a que, poco antes de estallar la Primera Guerra Mundial, Rusia no sólo era una potencia mundial en el terreno de la cultura, sino también en el de la creación de perfumes y productos cosméticos. ¿Qué factores lo hicieron posible? La concentración de las inmensas riquezas de la aristocracia rusa en las dos capitales, separadas por el abismo de atraso y pobreza que reinaban en la mayor parte del país, así como el auge económico impulsado por las grandes reformas de la década de 1860, que convirtió a Rusia en una incipiente potencia industrial—con unos niveles de crecimiento que hasta despertaron la admiración de Trotski y Lenin por la fuerza revolucionaria de la burguesía—y fomentó una clase media, pequeña aún en número, pero relativamente acomodada y con un poder adquisitivo suficiente para adquirir productos considerados hasta entonces de lujo y restringidos a la muy minoritaria aristocracia.[42] En el país con mayor superficie del mundo—si obviamos el Imperio británico y las posesiones coloniales francesas—había surgido un mercado gigantesco, que se extendía desde Łódź hasta Vladivostok y desde Helsinki hasta Taskent, y más allá estaban China, Japón y Persia.

Este cosmopolitismo lo reflejan las ilustraciones de los frascos y sus etiquetas, los nombres de perfumes y jabones que se convirtieron en emblemas del imperio, los carteles que anunciaban los productos de la industria perfumera y cosmética, y que conformaban una suerte de mostrador conjunto del consumo de alto nivel que poco a poco se extendía hacia esa masa de población que hasta entonces se

contentaba con productos de uso cotidiano, como el jabón, los polvos de talco o el agua de colonia. En los libros ilustrados editados por coleccionistas como Víktor Lobkóvich, Veniamín Kosharínov y Natalia Dolgopólova se aprecia la fascinación que sienten por la riqueza estética, la policromía y la fuerza imaginativa de unos diseñadores absolutamente inmersos en la revolución estética de la «Edad de Plata».[43] El arte de los maestros del modernismo ruso—Mijaíl Vrúbel, Iván Bílibin o Konstantin Sómov—irradiaba de los salones y galerías a los recién inaugurados grandes almacenes, hoteles y boutiques de moda.[44]



9. Cartel publicitario del trust estatal TeZhé (1925-1926).

De modo que, en el mercado de los olores y de los aromas, Rusia no era una «página en blanco» a la espera de que perfumistas venidos de Francia empezaran a garabatear en ella. Como cualquier otro país, Rusia tenía su propia cultura de olores y aromas, influenciada por su entorno natural, por la flora y la fauna, por las condiciones climáticas, es decir, los largos inviernos, las tempestuosas semanas que anuncian la primavera, el aire impregnado de resina de los bosques o los jardines subtropicales de la costa del Mar Negro. Existía una tradición propia que se remontaba a las huertas de los monasterios con sus plantas medicinales o a las especias que llegaban a través de la Ruta de la Seda, además del incienso y de la mirra cuyo humo ascendía en oleadas por las cúpulas de las iglesias ortodoxas cuando se celebraba misa.[45] Entre los pioneros de la industria del perfume y de la

cosmética se encuentran también empresarios rusos. Pero sí es cierto que a comienzos del siglo XIX, con el inicio de la industrialización y el desarrollo de un mercado interior, se produce un cambio. Una serie de empresarios extranjeros se establecen en el Imperio ruso y fundan una industria que obtiene un primer reconocimiento en la Exposición Universal de París de 1900. En la Meca de los aromas, las firmas Brokar & Co. y Rallet & Co. son condecoradas con el Grand Prix. Y hay más casos que corroboran el éxito.[46]

En 1832, por ejemplo, un inmigrante de origen prusiano llamado Karl Ivánovich Ferrein adquiere una botica en la calle Nikólskaia de Moscú. Cien años después será uno de los más grandes establecimientos de estas características, con laboratorios farmacológicos propios, una fábrica química, plantaciones de hierbas curativas y un taller para la elaboración de productos medicinales envasados. En 1896 obtiene la medalla de oro en la Exposición Panrusa de la Industria y del Arte celebrada en Nizhni Nóvgorod. En 1914 da empleo a más de mil trabajadores, entre ellos a tres farmacéuticos con diploma científico y más de cien con formación médica. En vísperas de la Guerra Civil la farmacia expide tres mil recetas diarias y después de la Revolución se convierte en la sede de la «Administración de farmacias».[47]



10. Cartel publicitario de la empresa R. Köhler & Co.

En 1862, Román Románovich Köhler (Kéler en ruso) inaugura una fábrica químico-farmacológica, y muy pronto construye también

laboratorios capaces de elaborar aceites esenciales, lo que le permite reducir el precio de esas esencias tan costosas. En especial la producción de tanino era muy importante para la industria textil rusa, ya que así podía hacer frente a la competencia extranjera en el mercado local. Hacia 1900 la firma Köhler dispone en Moscú de un taller que produce vidrio para farmacias, pastelerías y perfumerías. En fábricas a las afueras de la ciudad elabora ácidos, aceites esenciales y jabones para la higiene y el uso medicinal. Köhler cuenta además con sucursales en las grandes ciudades de Rusia Central y Extremo Oriente. Los perfumes de la empresa R. Köhler & Co. se anunciaban en carteles enormes y la distribución no se restringía a Rusia, sino que llegaba a Bujará, Jiva, Persia y China. La empresa fabricaba farmacias ambulantes y rurales, botiquines caseros y de viaje, además de farmacias para ferrocarriles. Todo ello podía encontrarse en los lugares más apartados de la provincia.

En 1843, el francés Alphonse Antónovich Rallet funda en Moscú la primera fábrica de perfumes, con cuarenta empleados y una máquina de vapor. Rallet importó las materias primas de Francia, reclutó a especialistas extranjeros—algo nuevo en Rusia—y sembró las primeras plantaciones para elaborar los aceites esenciales que precisaba la industria del perfume. Los productos de Rallet se exportan a Francia, Alemania, Turquía y los Balcanes. Rallet se convierte en proveedor oficial de Su Majestad Imperial Rusa, del rey de Rumanía, del sah de Persia y del príncipe de Montenegro. Abre filiales en Ekaterimburgo, Taskent, Tiflis, Járkov, Irkutsk y Vilna. En 1899 levanta en el distrito moscovita de Butyrka una fábrica dotada de las más avanzadas innovaciones técnicas y obtiene enseguida el máximo reconocimiento en las grandes exposiciones industriales. Después de la Revolución, el Estado soviético expropia Rallet & Co. y la transforma en la Jabonería Estatal № 4. Prácticamente se suspende la producción de perfumes. En 1922 pasa a llamarse Fábrica Estatal de Jabones y Cosméticos Svoboda.[48] En Rallet & Co. había empezado en 1882 su carrera Ernest Beaux, moscovita de nacimiento que, después de formarse en Francia, regresó a Rusia en 1902 para trabajar al mando del perfumero jefe A. Lemercier y desarrollar, en 1912, el perfume Bouquet de Napoléon.

Pero fue la empresa de Guénrij Afanásievich Brokar, nacido en 1838 en el seno de una familia de perfumistas franceses, la que se convirtió en el icono de la industria perfumera rusa. Su padre había dirigido una fábrica en Francia, pero la abandonó para fundar otra en Filadelfia, que dejó luego en manos de sus hijos. Siguiendo el consejo paterno, Guénrij Brokar viajó en 1861 a Rusia y empezó trabajar de ayudante de laboratorio en una fábrica de perfumes. Más tarde se independizó y, en 1864, montó su propia empresa en una antigua caballeriza, con enseres rudimentarios. Allí empezó a fabricar jabones

para niños y jabones de miel y ámbar. Tuvo mucho éxito gracias a la idea de grabar en cada pastilla de jabón infantil una letra del alfabeto ruso, y en las etiquetas de la Pomada del Pueblo cuentos cortos de Iván Krylov. Brokar logró así que las clases más bajas pudieran acceder al jabón—el más barato, el popular Naródnoie, costaba un kopek la pieza—y aprender al mismo tiempo el alfabeto. La casa Brokar fabricó además el primer jabón transparente de glicerina en Rusia, inventó pastillas de jabón en forma de pepino y un agua de colonia para el consumo masivo. Brokar abrió también boutiques de lujo—la más grande en el recién inaugurado centro comercial de la Plaza Roja (los futuros grandes almacenes GUM)—, amplió el surtido y creó nuevos perfumes. Las tiendas las dirigía su mujer belga, Charlotte, quien, gracias a su excelente ruso, se convirtió pronto en centro de atención de la alta sociedad moscovita. El exitoso empresario era además coleccionista, ejercía de mecenas y disponía de salas donde exponía cuadros, porcelana, tapices y muebles exclusivos, y a cuyas inauguraciones acudía la flor y nata de la sociedad. En 1900, cuando Brokar murió, los productos de su empresa habían cosechado premios en casi todas las exposiciones universales: París, Bruselas, Chicago y Barcelona. En el cincuentenario de la fundación se editó un tomo de impresión lujosa y magnífico diseño gráfico que dejaba constancia del «Imperio Brokar» del que surgiría años después, en el tricentenario de la dinastía Románov, el Bouquet Préféré de l'Impératrice en honor a Catalina II. También la compañía Brokar fue nacionalizada después de la Revolución; con el nombre de Nóvaia Zariá formó el núcleo de la industria perfumera y cosmética soviética. Su producto más popular fue el Krásnaia Moskvá.[49]

Debemos incluir en esta lista la empresa de repostería de Adolphe Siou, la primera en elaborar chocolate en Rusia, que también creaba perfumes. Tras la Revolución, la flamante y ultramoderna fábrica pasó a llamarse Bolshevik y fue hasta el final de la Unión Soviética la principal productora de repostería y golosinas. En 1913, poco antes del comienzo de la guerra, existían en Moscú nada menos que dieciocho fábricas de perfumes y sesenta y tres tiendas especializadas en perfumes.[50]

Al impresionante crecimiento de la industria perfumera en el Imperio zarista contribuyeron también perfumistas rusos como Aleksandr Mitrofánovich Ostroúmov, inventor de un champú anticaspa que cosechó gran éxito y de una crema, Metamorphosa, que trataba las erupciones y las manchas cutáneas. Ostroúmov fue el fundador de la cosmetología rusa, con laboratorios propios y sucursales en San Petersburgo, Odesa, Taskent y Varsovia. Abrió nuevos caminos en lo que se refiere a la publicidad, haciendo aparecer en sus carteles a famosas actrices y bailarinas; a la seducción del

aroma se sumaba ahora la seducción de la imagen. Fuera de las fronteras rusas fue también muy conocida la perfumería Cooperativa S. I. Chepelevetski e hijos, laureada en las exposiciones de Milán, París, Madrid y La Haya.[51]

La publicidad, el estuche, el diseño de los frascos, todo lo que resaltaba lo exótico y valioso de los perfumes iba cobrando cada vez mayor relevancia. El estuche ya no era secundario, sino un componente esencial en la lucha por llamar la atención. La publicidad se consideraba un arte y se inspiraba en renombrados pintores y dibujantes de la Edad de Plata. Era la época del modernismo, y una de las formas en que se manifestaba, y a través de la cual accedió a los espacios públicos y privados, fue precisamente la oferta de la industria cosmética y perfumera, que llevaba hasta los más recónditos confines de Rusia, e incluso más allá, el aroma y el gusto de esta nueva era. El conjunto de frascos, fundas, estuches y sets de regalo forma el inventario de las preferencias y de los gustos que siguieron vigentes mucho después de 1917, cuando se desintegró el Imperio ruso. Nombres de perfumes como Carmen, Bouquet de mi Bábushka, Renomé, Extraits de Fleurs o First Love's Kiss quedaron grabados en la memoria de generaciones posteriores. En los frascos, producidos ahora por la fábrica estatal Aurora Roja, seguían apareciendo los nombres legendarios de las empresas de antaño, en etiquetas que indicaban «antigua Brokar» o «antigua Rallet». Los preciosos frascos de cristal tallado y artísticos tapones, provistos de etiquetas de bordes dorados con el emblema de las dos águilas—referencia al estatus de proveedor de la corte—, se llamaban Extrait de Lirio, Delicieux Rococo, Heliotrop White, Bouquet de Napoléon (Napoleón aparecía con su característico mechón en la frente). Las polveras de metal y las fundas con cintas de seda llevaban nombres como Musgo Blanco, Pluma de Cisne o Pomada Húngara. Pero, después de 1917, el jabón de baño se llamará Octubre y será producido por la fábrica № 5, cuyo logo muestra la hoz y el martillo junto a un trabajador con mandil que mata al dragón de la explotación capitalista.



11. Etiqueta del jabón Octubre, de la empresa Brokar & Co., estatalizada en 1917.



12. Konstantín M. Verigin.

Los carteles, los frascos, los botes, las medallas obtenidas en las exposiciones industriales, las direcciones de los establecimientos, todo

ello daba una idea del aroma del Imperio y ofrecía además una topografía del reino de las fragancias durante la época de la primera globalización.[52]

Ese imperio aromático ya lo había escrutado un perfumero que, dotado de un adiestrado e infalible olfato, se sumergió una vez más en el mundo desaparecido. La figura que abarcó con la nariz el reino de los zares se llamaba Konstantín Mijáilovich Verigin (1899-1982). Empezó a escribir sus memorias de perfumista en la década de 1960 en París bajo el título ruso *Fragancia*, y las publicó en la misma ciudad en 1965.[53]

¿En qué consiste el oficio de perfumero? Alla Bellfer, uno de los perfumistas más experimentados de la Unión Soviética, describió esta profesión tan sumamente especializada de la siguiente manera:

Un perfumista no sólo debe conocer una cantidad colosal de olores, sino que ha de saber cómo se combinan, de qué manera conservan su aroma en la piel y cómo se diluyen en el olor del jabón, de una loción o de otros productos cosméticos. Después de muchos años, a un perfumista le resulta relativamente fácil escribir una fórmula para un perfume, ¡y es capaz de sentirla! Existe un característico «olfato interior», pero sólo se perfecciona tras una larga experiencia profesional […] Como cuando un compositor compone una pieza musical y escribe las notas en el papel mientras la música suena en su cabeza. Nuestros profesores nos enseñaban a combinar acordes de dos, tres y hasta cuatro olores y recordar luego cómo combinaban entre ellos. Aprender esto lleva muchos años. Una vez concluida la formación, hay que pasar otros diez años dedicado a la ciencia de la composición de olores para lograr convertirte en un auténtico compositor de fragancias.[54]

En su ensayo sobre August Michel, Mijaíl Lóskutov lo formula de manera similar:

El maestro Michel dice que un frasco de perfume es como un coro o una orquesta, con sus voces delicadas, sus violonchelos y sus violines. También hay contrabajos: son olores muy intensos. Por sí solo, resulta difícil soportar uno de esos «contrabajos olorosos», pero cuando se funden todos sólo se oye la armonía. No los percibimos de forma aislada, y ése es el objetivo.

Lóskutov sigue cediendo la palabra a Michel:

Ya sé que componer un perfume no consiste en ir echando en un vaso una serie de líquidos que huelen bien. Son precisos también olores desagradables y neutrales, fijadores, potenciadores del olor. Cada composición es diferente y precisa también diferentes dosis, sustancias y procesos de elaboración […] El perfumista ha de tener conocimientos de botánica, química, perfumería, además de muchos años de experiencia en esta noble profesión.

Se cuenta que Alekséi Pogudkin, el creador del perfume Rusalka, escuchaba una y otra vez la ópera *Rusalka* de Antonín Dvořák. Los perfumes no surgen al azar, necesitan tiempo.[55]

El principal objetivo del libro de Verigin es recorrer la Rusia prerrevolucionaria como un paisaje de olores. Su primer logro es confirmar que el olfato es el más intenso de los sentidos a la hora de recordar, de activar la memoria, un espacio de evocación que no está ligado a imágenes y sonidos, y hace mención explícita a Arthur

Schopenhauer. Verigin, que había nacido en 1899 en San Petersburgo y era de origen aristocrático, escribe al cabo de cuarenta años sobre una infancia y una juventud que transcurrieron en Yalta, en la península de Crimea, y más adelante en diversas residencias propiedad de la familia: en Oriol, región de la Rusia Central; en la ciudad baskira de Ufá, situada en Simbirsk, a orillas del Volga, y en la propia San Petersburgo. Combatió en la Primera Guerra Mundial y después de la Revolución se unió al Ejército Blanco. Tras la derrota de éste, huyó a través de Constantinopla y de la ciudad serbia de Pančevo hasta recalar en Francia, donde estudió Química en la Universidad de Lille y entró luego a trabajar en una fábrica de perfumes. En 1926, gracias a las relaciones de su familia aristocrática, conoció a Ernest Beaux, que lo contrató para trabajar en las empresas de Bourjois y Chanel. Con Ernest Beaux, a quien admiraba e incluso veneraba, mantuvo estrecho contacto durante treinta años, hasta la muerte de éste, el 8 de marzo de 1961. Las memorias de Verigin son en gran parte un homenaje a ese pionero al que tanto admiraba. Verigin colaboró en la composición de una serie de perfumes célebres de Beaux, entre ellos Soir de Paris (1926), Bois des Îles (1929) y Cuir de Russie (1935). Durante la Segunda Guerra Mundial estuvo recluido en una fábrica química de Múnich, obligado a realizar trabajos forzados. Después de la guerra volvió a París para retomar su labor en Chanel.[56]

Mientras que la segunda parte de las memorias contiene una exposición detallada del complejo proceso de producción de perfumes —desde la invención del perfume y el necesario blindaje de la fórmula en la caja fuerte, hasta los diferentes métodos de extracción, obtención de materias primas, diseño, publicidad y distribución—, además de una exhaustiva caracterización de la personalidad de Ernest Beaux, podemos considerar la primera parte—la más importante—como una suerte de inventario del universo aromático del Imperio ruso, que el propio Verigin tuvo que abandonar para siempre después de la derrota en la Guerra Civil. Es una búsqueda «del tiempo perdido» en el sentido proustiano, pero escrita en el lenguaje de un perfumista licenciado en química. Podría leerse esta primera parte como un verdadero trabajo de campo, un recorrido sistemático a través del paisaje aromático durante la infancia y la juventud pasadas en Rusia, escrito no sólo como análisis, sino con propósito sistemático: se trata del relato de una persona que, provista del adiestrado olfato del profesional, rastrea nuevamente el mundo, lo escruta y realiza un inventario. El autor antepone a cada uno de los apartados citas de poetas sobre el sentido del olfato, sobre la evocación de un olor o de un aroma; vemos desfilar a Afanasi Fet y a Nikolái Gumiliov, a Aleksandr Pushkin y a Iván Bunin. De acuerdo con el ensayo *The Smell of the Books* de Hans J. Rindisbacher, todos estos escritores son invocados como testigos de

la fuerza creadora y la certeza absoluta de la experiencia olfativa.[57] En su libro, Verigin examina al detalle los paisajes y los climas, desde Crimea hasta la región de Oriol. Recorre las diferentes etapas de su vida: la mansión con las espaciosas estancias, la finca rural, la ciudad. Visita las habitaciones de su infancia: el aroma del café matutino, la piel de lobo delante de la cama, el olor de los exclusivos cigarros, el de los muebles, que se descubren después de la pausa invernal. Junto a los sonidos brotan los aromas. Muy joven, en el tocador de la tía Lelia, estimulado por el aroma del perfume, el autor toma la decisión de dedicarse a su futura profesión. En la papelería huele los lapiceros de madera de cedro, reconoce el sabor químico de la tinta y el metálico de las estilográficas, el cuero de la mochila escolar y de la correa que cierra la casaca. Las primeras impresiones que marcarán su vida están relacionadas con olores. «A menudo las primeras impresiones, las primeras simpatías y amistades acaban siendo decisivas en la vida de cada cual».[58] Cada lugar y cada tiempo tienen su olor: el inicio del curso escolar, el olor de los pasillos del colegio; el verano, el olor de las setas. La Navidad, la Pascua y la Cuaresma están unidas a un olor determinado. Los paisajes del Imperio ruso acaban formando un paisaje de olores: el paseo marítimo de Yalta, los extensos campos de la región de Oriol, el aire fresco, frío, del nevado paisaje ruso. Tal como rezan unos versos de Don Aminado, poeta ruso en el exilio que cita Verigin en su libro:

> Sólo un olor existe en el mundo
> y sólo un deleite existe en el mundo:
> es el invierno ruso a mediodía,
> es el olor ruso de la nieve.[59]

Konstantín M. Verigin recorre «con la nariz» el «pequeño mundo» de su casa: el despacho del padre, el comedor, la habitación de la madre; incluso se caracteriza a los vecinos por «cómo huelen sus casas». Lo que predomina es el «aroma a orden», que incluye los aromáticos ramos de las flores en los jarrones: violetas, lavanda, jacintos, lilas, rosas, glicinias, magnolias, acacias, jazmines, claveles, resedas y heliotropos de olor a vainilla. En el tocador se apilan ante sus ojos los más diversos frascos, preciosas cajitas de cristal con tapas plateadas—que los niños tenían terminantemente prohibido tocar—llenas de perfumados polvos que la madre esparcía sobre los vestidos y las pieles, o se aplicaba en el rostro antes de ponerse el imponente sombrero con la pluma blanca y dar un beso de despedida a sus hijos.[60] Verigin se acuerda también de las marcas que por aquel entonces podían encontrarse en los hogares acomodados: Vera Violetta, Roger & Gallet, Cœur de Jeannette, Rose de France, Quelques Fleurs, de Houbigant; L'Origan, La Rose Jacqueminot y Jasmin de Corse, de Coty; Rue de la Paix, de Guerlain, y algunos perfumes ingleses que ya no consigue recordar.

Se trata del aroma de una cultura entera, una cultura que se describe desde la nostálgica perspectiva de lo perdido como un mundo puro en el que, como critica con razón la reseñadora rusa del libro, no aparecen el mal olor del fenol y el queroseno, ni el olor rancio del tabaco Machorca, de los vómitos y la sangre, es decir, los olores que ascienden de los abismos de un mundo profundamente dividido e injusto. Mientras Rusia se alimentaba de salmuera agria, Verigin se regodea evocando el olor del parquet de roble en su señorial domicilio de San Petersburgo o el paradisíaco perfume de las lilas en su finca de Oriol, y se sumerge una vez más en la «sinfonía de voluptuosas fragancias» de la residencia familiar en el número 16 de la calle Nikoláievskaia en Yalta, que tuvo que abandonar precipitada y definitivamente el 2 de noviembre de 1920 para embarcarse hacia Constantinopla, mientras las campanas doblaban y sonaba el himno zarista.[61] La reseñadora Olga Kushlina acusa a Verigin de «fanatismo y mistificación de los olores», porque equipara sin más las fragancias de la Rusia aristocrática a la que él pertenecía con el mundo olfativo del Imperio zarista, ignorando así, incluso negando los infernales y pestilentes lugares de los «humillados y ofendidos».[62]

Ciertamente, también la Guerra Civil y la Revolución tienen una dimensión olfativa, y de hecho lo sorprendente es que haya tardado tanto en señalarse el interés por el estudio de los olores—esa experiencia primaria—en tales períodos convulsos. Dicho esto, Alain Corbin publicó un estudio modélico sobre la desintegración y el desmoronamiento del mundo de los olores durante el Antiguo Régimen en Francia, y poco a poco empiezan a realizarse estudios similares en Rusia.[63]

Con motivo del centenario de la Revolución rusa, el historiador alemán Jan Plamper se ha adentrado por primera vez en la historia de las convulsiones radicales desde la perspectiva de los sentidos. Aquella historia que durante tanto tiempo fue analizada como una lucha de ideas, como una disputa entre diferentes facciones, como una serie de debates estratégicos y de acciones y confrontaciones tácticas, empieza poco a poco a examinarse de manera distinta. El clásico de John Reed *Diez días que estremecieron al mundo* se convierte ahora en un «paisaje de los sentidos», en una «topografía sensorial y mental de la ciudad», y despliega un «pandemonio sensorial» en el que la melodía de *La Marsellesa* y el canto de *La Internacional* desempeñan un papel tan importante como el fragor de los combates callejeros y el olor a quemado de las actas que arden en los juzgados municipales pasto de las llamas. Las transiciones entre las «etapas» de la Revolución, escalones de la aceleración y radicalización del proceso, tienen su equivalente acústico en la transición del himno del zar a *La Internacional*, pero se pueden reconocer también en el despliegue de

una «lucha de clases olfativa».[64] El aroma de los cigarros exclusivos que aún se saboreaban en los salones burgueses se convirtieron en símbolo de un mundo que estaba a punto de estallar. Los sentidos se adaptaron a la pérdida de los olores familiares a medida que disminuía el suministro de leña y las panaderías ya no despachaban pan blanco francés.

La conciencia de clase adquirió entonces una dimensión olfativa, y los funcionarios, los empleados y las damas de la alta sociedad tuvieron que aclimatarse a un mundo olfativo distinto, cada vez más fragmentado. De un día para otro, en el mundo cotidiano se infiltraron nuevos sonidos, nuevos olores. En los tranvías, si es que seguían circulando, se apretujaban de pronto los soldados que llegaban en masa del frente o que habían desertado, y traían consigo el olor propio de hombres que habían pasado semanas en campaña, sin lavarse en todo ese tiempo. En el mundo de la perfumada señorita que paseaba por la avenida Nevski de Petrogrado, o por la moscovita calle Tverskaia, se introdujo el olor acre de los *papirosa* liados a mano. Las funciones de teatro ya no estaban reservadas para un público exclusivo y formado que había interiorizado las reglas de la representación, con sus pausas, sus aplausos y sus silencios; la sala tapizada de terciopelo rojo y adornada con arañas de cristal pasó a estar abarrotada por un público que nunca había visto una obra de teatro, y que se comportaba en consecuencia: fumaba, escupía las pipas de girasol en las relucientes baldosas del vestíbulo y no sabía muy bien qué hacer. El olor del frente y de los campamentos al raso, el sudor de los operarios de las fábricas y el hedor de los vagones atestados de pasajeros se colaban en los espacios de una alta cultura perfumada y desodorizada, trayendo unos ruidos y olores que resultaban desagradables, salvajes, repelentes y repugnantes: bárbaros, en suma.

Estas iniciales incursiones abrieron pequeñas brechas en los muros herméticamente cerrados del ordenado mundo de los olores del Antiguo Régimen, pero muy pronto ese mundo se desintegró formando islas, enclaves, archipiélagos, paraísos aislados de buenos olores. En el momento en que la «buena sociedad» vio cuestionado su mundo olfativo, adquirió conciencia de que se acercaba el final de lo que en su día había sido natural y obvio: las tertulias en los salones, las veladas festivas, el mundo interior de la burguesía y la aristocracia, el corazón de un universo condenado a desaparecer, con los olores y las fragancias que lo impregnaban. La revolución social amenazaba el espacio más íntimo, los domicilios y refugios en los que se acomodaba la clase pudiente para gozar de la vida, que empezaron a invadir los recién llegados, siguiendo la estrofa de *La Internacional*:

Del pasado hay que hacer añicos,

legión esclava en pie a vencer,
el mundo va a cambiar de base,
los nadie de hoy todo han de ser.

En los pisos de la burguesía, donde hasta entonces se alojaba una única familia con su personal de servicio, cada una de las ocho estancias fue ocupada por una familia entera; en vez de seis u ocho personas vivían allí hasta cuarenta vecinos. Con ello se inició el cambio de una forma de vida que se prolongó durante un largo período y que no sólo afectó a una generación de ciudadanos, sino a varias. El nacimiento de la *kommunalka*—apartamento compartido—a partir del derrumbe del viejo orden y del éxodo de los campesinos a las fábricas y a las ciudades, el establecimiento de un nuevo régimen de intimidad, consecuencia forzosa de la convivencia obligada e involuntaria de inquilinos distribuidos al azar y totalmente desconocidos entre sí; ésa fue la materia de la que estaría hecho el drama cotidiano de la vida en común de millones de ciudadanos soviéticos a lo largo de las siguientes décadas, de hecho hasta el final de la Unión Soviética. Todo ello tiene una «dimensión olfativa» que ha sido descrita muchas veces y que, por otro lado, resulta muy fácil de imaginar.[65]

El régimen revolucionario no sólo asumió la «revolución olfativa» como efecto secundario de las convulsiones sociales, sino que la promovió de manera explícita, formulando en cierto modo un nuevo código para el mundo olfativo de la nueva sociedad. Igual que existía una jerga específica del nuevo aparato estatal—Stephen Kotkin la llama «el habla bolchevique»—o incluso unos modales específicos, también debía existir un mundo olfativo asociado al nuevo individuo, un mundo que desautorizara como mórbido y decadente cualquier refinamiento o fragancia, que estigmatizara el perfume como máxima expresión del estilo de vida burgués. Desde ese momento, el mundo olfativo del trabajo—es decir, del trabajo físico que conlleva esfuerzo, sudor y mugre—estuvo reñido con el aroma del ocio, del afeminamiento, de la decadencia. Los perfumes podían ser tan delatores como las gafas del intelectual burgués, o las «manos blancas» que distinguían a la damisela aristocrática o a un miembro de la *intelligentzia*. Durante un tiempo, los perfumes se convirtieron en un distintivo de clase, como también lo era llevar una prenda que no fuera el mono de trabajo de los jóvenes comunistas o el abrigo de cuero del funcionario del partido. Se había establecido un estrecho vínculo entre moda y perfume, ya que, igual que existía el olor de la clase revolucionaria, también existía un código de vestimenta para el proletariado revolucionario.

Los mundos olfativos estaban en conflicto. En la transición entre la disolución del mundo antiguo y la aparición del nuevo se solapaban unas esferas olfativas que eran a su vez testimonio de la persistencia

del antagonismo entre las clases. Verigin habla del «olor de la clase moribunda» y del «olor de la nueva sociedad». Los buenos olores desaparecieron del centro de poder y cedieron paso al ascenso de la periferia, los que antes estaban marginados. «La nueva era trajo para la nobleza rusa el olor de la muerte. El olor penetrante a cadáver y el olor dulzón a sangre se convirtieron en los olores del espacio que habitaba ahora la aristocracia». En el lado contrario, entre los representantes del poder, los funcionarios del Estado y los miembros del partido se impone el olor del abrigo de cuero y del automóvil, símbolos de estatus en la sociedad revolucionaria. Los vencedores humillan a la clase derrocada, obligándola a desempeñar labores que hasta ese momento eran propias de las capas más bajas, los «elementos burgueses» tienen ahora que retirar de las calles la nieve, limpiar los retretes y retirar la basura.

La era de la Nueva Política Económica (NEP) fue uno de esos períodos de transición. En el mercado negro aún se ofrecían los remanentes de viejos jabones y perfumes, las mujeres elegantes de la elite—Larissa Reissner, Aleksandra Kollontái, Nina Berbérova—usaban perfumes parisinos o de la época prerrevolucionaria (la aristócrata bolchevique Aleksandra Kollontái, embajadora en diversos países, se decantaba por Soir de Paris, de la empresa cosmética Bourjois).[66] Los que viajaban a Occidente, es decir, diplomáticos, periodistas y escritores que, provistos del «pasaporte rojo», tenían permiso para visitar países capitalistas, regresaban cargados de jabones, perfumes y las muy codiciadas revistas de moda—*Harper's Bazaar*, *Vogue*—: los vínculos no estaban rotos del todo. En los nombres de los cosméticos seguía resonando la vieja época. Muchos de los perfumes de la década de 1920 se llamaban todavía Bouquet, Aroma de Amor, Flores de Primavera, Ambrosía, Rosa Blanca, Bouquet de Tatiana, Capricho de Valeria, Rosa de Té, Capullo de Rosa, Ai-Petri (cadena montañosa de Crimea), Mary Pickford o Floria. Pero los nombres de la nueva era son políticos, el mundo aromático se bolcheviza semánticamente y los perfumes y cosméticos se llaman ahora Espiga Dorada, Nueva Vida (Novi bit), Amapola Roja (Krasni mak), Moscú Rojo (Krásnaia Moskvá), Espartaquiada, Héroe del Norte (Guerói Sévera) o Avantgarde. Y más adelante, en la vorágine del primer plan quinquenal, llevarán nombres de logros y consignas comunistas: Stratostat (un tipo de aerostato), A sus Puestos, Nuestra Respuesta a los Campesinos del Koljós (Nash otvet koljósnikam), Pioneros, Tanque (Tank), Canal del Mar Blanco (Belomorski kanal), Saludos a la Gente de Cheliuskin (Privet Cheliúskintsam: en homenaje al buque de la expedición soviética que quedó atrapado en el hielo en 1933, pero cuya tripulación fue rescatada) o Triunfo del Koljós (Koljósnaia pobeda). El nuevo aroma se convierte también en la marca de la

nueva clase emergente.



En los pisos compartidos el olor de la cocina común, a sopa de repollo, se entremezcla con los agradables aromas de los que no pueden prescindir los «antiguos» residentes, aún alojados allí. El antagonismo entre suciedad y limpieza, fragancia y hediondez se infiltra también en la esfera de la política cuando se habla de «pureza cristalina del partido», «putrefacta *intelligentzia* burguesa» o, simplemente, de «hacer limpieza». El aroma a lavanda tan presente en las canciones de Aleksandr Vertinski es, a oídos de los guardianes de la moral bolchevique, un símbolo de declive, decadencia y degeneración. Los enemigos políticos son señalados como «degenerados trotskistas y piatakovistas» que deberían acabar en el «estercolero» o en el «vertedero de la historia».67

Al final de la Guerra Civil, en el marco de la completa reestructuración del sector industrial, también se reorganizó la industria perfumera y cosmética. Fue un paso importante a la hora de normalizar el ramo, después de una década de conflictos con millones de muertos, heridos y desarraigados. La potencia soviética perseveró—al comienzo con reticencia—en las tradiciones prerrevolucionarias, incluso trató de superarlas; al Bouquet Préféré de l'Impératrice le sucedieron jabones para el consumo masivo y perfumes como Moscú Rojo. Pero se requería un paso más antes de que el perfume, símbolo de la alta cultura decadente, fuera rehabilitado y pudiera elaborarse un aroma soviético propio: debía surgir una capa social que, a

diferencia de la masa, reivindicara su derecho a vivir una vida mejor y más agradable. La «nueva clase» nació a partir del cambio radical que se produjo tras la colectivización y la industrialización de la década de 1930.[68] La producción de perfumes soviéticos propios se convirtió en uno de los objetivos principales de una industria perfumera que se desarrollaba y modernizaba al ritmo de los planes quinquenales. Y el giro de la industria hacia formas claras, lacónicas y abstractas la acercó al estilo del frasco de Chanel Nº 5, que marcaba la tendencia en Occidente: una prueba evidente de que existían dos vías dentro de la modernidad.

La metamorfosis que sufrió el frasco de perfume en la Rusia postrevolucionaria, el viraje hacia formas más depuradas y sencillas, fue paralela a la decisión de Coco Chanel al presentar su perfume Chanel Nº 5 en un cuadrado de vidrio. Su biógrafa Edmonde Charles-Roux describió el diseño en los siguientes términos:

> El frasco de Chanel contrariaba formalmente la complicada ornamentación que estaba en boga entre sus competidores: presentaciones en formas de figuritas de Cupido, urnas talladas, algunas con florecitas. Los perfumistas aún creían en tales presentaciones como eficaz argumento para la venta. Lo notable del frasco que Gabrielle lanzaba al mercado consistía en que se sometía lo imaginario a un nuevo sistema de signos. Ya no era el continente lo que provocaba el deseo, sino el contenido. No era el objeto lo que determinaba la venta: era el olfato confrontado con el dorado líquido prisionero en un cubo de cristal sin adornos y visible para provocar el deseo.
>
> También habría mucho que decir acerca de la nitidez gráfica de la etiqueta, que declaraba pasadas de moda las curvas y las rúbricas que habían adornado los frascos en el pasado. La nueva presentación era de una severa armonía que sólo usaba el contraste entre el negro y el blanco—el negro, siempre el negro—y el título, compuesto por una sola palabra, *Chanel*, asociada a una cifra escueta, lanzada al vuelo en los escaparates como una orden imperiosa: «Jueguen al cinco».[69]

El nuevo diseño ponía en evidencia y desacreditaba todo lo anterior como algo anticuado y superado. Si observamos el frasco con detenimiento, advertimos que no sólo estamos ante un azaroso golpe de ingenio artístico, sino también ante una elegante despedida de una era ya caduca. Lo mismo ocurría con el diseño de Krásnaia Moskvá, creado por Andréi Yevséiev y fabricado por el *kombinat* soviético TeZhé. Lenin había anunciado que Rusia encontraría la forma de «crear los requisitos fundamentales de la civilización». Sin embargo, por encima de la división del mundo, estas dos formas de modernidad tenían en común mucho más de lo que sospechaban.[70]

ADIÓS A LA «BELLE ÉPOQUE»: LA ROPA PARA UNA NUEVA MUJER

LA DOBLE REVOLUCIÓN DE CHANEL Y LAMÁNOVA

Todo apunta, tanto en París como en Moscú, a una ruptura que no sólo afecta al mundo de los aromas, el lujo y la moda, sino al conjunto de la sociedad. El mundo se agitaba, profundamente estremecido por la experiencia de la Primera Guerra Mundial y sus millones de muertos y heridos, sus traumas físicos y psíquicos. En Rusia la Gran Guerra dio paso a una serie de revoluciones y a una persistente guerra civil que sacudió hasta lo más recóndito del imperio, o de lo que había sido una vez el imperio. No sólo se desmoronó un orden político, sino toda una forma de vida. La guerra y las revoluciones actuaron como un catastrófico catalizador que aceleró la irrupción de todos los procesos que flotaban en el aire desde mucho antes: proyectos para instaurar una nueva forma de vida, que ya habían empezado a verbalizarse durante la *belle époque* y que, en el caso de Rusia, sobrepasaron la mera reforma y desembocaron en una revolución que afectó a todos los planos de la realidad. A pesar de las diferencias regionales, en toda la Europa de postguerra el denominador común era la voluntad de liberarse de las viejas rémoras, allanar el camino para dar paso a lo nuevo. Estaba en juego «todo», no sólo los detalles: una nueva concepción de la humanidad, un papel diferente para la mujer y el establecimiento de relaciones distintas entre los sexos, una nueva noción de autoridad y una nueva jerarquía en el poder, una relación más equilibrada entre el trabajo y el tiempo libre, una renovada conciencia del propio cuerpo.

De modo que no sorprende que en toda Europa—no sólo en Rusia y Francia—surgieran al mismo tiempo concepciones casi idénticas sobre la manera de disfrutar en el futuro de una vida mejor y más agradable. Walter Benjamin, en su estudio sobre París, la capital del siglo XIX, dio a la moda un papel central como indicio de estos procesos. Según escribió en su grandioso, aunque inconcluso, *Libro de los pasajes*, en la moda pueden observarse anticipaciones e indicios del futuro:

> El más ardiente interés de la moda reside para el filósofo en sus extraordinarias anticipaciones. Es sabido que el arte, de muchas maneras, como por ejemplo en imágenes, anticipa en años la realidad perceptible. Se han podido ver calles o salones que resplandecían en fuegos multicolores antes de que la técnica, a través de los anuncios luminosos y otras instalaciones, los colocara bajo una luz semejante. De igual modo, la sensibilidad del artista por lo venidero llega mucho más allá que la de una gran señora. Y, sin embargo, la moda está en un contacto más constante y preciso con las cosas venideras merced a la intuición incomparable que posee el colectivo femenino para aquello que el futuro ha preparado. Cada temporada trae en sus más novedosas creaciones ciertas señales secretas de las cosas venideras. Quien supiese leerlas no sólo conocería por anticipado las nuevas corrientes artísticas, sino los nuevos códigos legales, las nuevas guerras y revoluciones. Aquí radica sin duda el mayor atractivo de la moda, pero también la dificultad para sacarle partido.[71]

El «cambio de paradigma» que señaló Edmonde Charles-Roux, la biógrafa de Coco Chanel, a raíz de la creación de Chanel № 5 puede aplicarse a la moda en su conjunto. Pero resulta sorprendente lo mucho que se parecen las formulaciones sobre la moda del futuro *à la Chanel* y sobre la moda de la nueva mujer de las décadas de 1920 y 1930 descritas por Nadiezhda Lamánova, la «*Haute Couturière* de la Unión Soviética».[72]

Gabrielle Chanel, nombre verdadero de Coco Chanel, no fue la única precursora. Paul Poiret, pionero en el sector de la moda francesa antes de la Primera Guerra Mundial, había hecho ya una importante labor de zapa. «De pronto, con Chanel el adorno había desaparecido para exclusivo beneficio de la línea. Nos encontramos con una creadora que, enfrentando las necesidades de la época, hace surgir un vestido de la nada», según Charles-Roux. De modo que fue Gabrielle Chanel quien en 1916 consumó el *point of no return*, la ruptura decisiva:

El derecho de las mujeres a la comodidad, a la libertad de movimientos, la importancia acrecentada del estilo sobre el adorno y, por fin, un repentino ennoblecimiento de los materiales pobres que daba lugar *ipso facto* a la posibilidad de crear en un futuro próximo una elegancia al alcance de la mayoría.

Y la biógrafa de Chanel añade:

Por primera vez se producía una revolución en el vestido femenino; en lugar de obedecer a la fantasía, consistía principalmente, y por inflexible necesidad, en suprimirla. Porque el punto no se dejaba trabajar, al menor enganche se deshacía. Cualquier otro sastre habría renunciado, pero Gabrielle se obstinó. Simplificar era la única solución. El vestido camisero se detuvo encima del tobillo, Al mismo tiempo, Gabrielle suprimía un ademán con siglos de antigüedad y que tantos hombres, en el momento en que una mujer subía un escalón, esperaban voluptuosamente: el de alzar discretamente una falda. Desaparecía con él una época de la mujer, la época de las blusas con mil pliegues y las cascadas de velos que caían desde los sombreros.



14. El vestido negro, el Ford de la moda.

Ya no existía la mujer que «arrastraba la larga cola de su vestido

color malva». A partir de entonces, la mujer podía andar a zancadas, vestirse y desvestirse sola en un santiamén, y ser perfectamente autónoma.

Naturalmente, ese nuevo arquetipo podía desalentar a más de un hombre. Era una mujer totalmente nueva cuyo vestido no contenía «alusiones». Inútil interrogarla. Las reglas del juego se habían trastocado deliberadamente. ¿Cómo juzgar una moda cuyas claves no figuraban en los museos? Era ocioso dar muestras de erudición porque esa mujer estaba más allá de todos los prejuicios.[73]



15. Nadiezhda Lamánova (c. 1880).

En 1916 la revista *Harper's Bazaar* mostraba la primera colección de Chanel, pero habría de pasar más de una década antes de que la edición estadounidense de *Vogue* celebrara el vestido negro de Chanel como la forma, finalmente descubierta, del moderno vestido femenino por excelencia—un caso muy similar a lo ocurrido con el perfume, cuya forma moderna también había descubierto—. Era un vestido de una simpleza que desarmaba, casi un uniforme, sin cuello, en crepé de China, mangas largas y ajustadas, una parte superior en forma de blusa que llegaba hasta la cintura y una falda ceñida: el vestido negro de Chanel, práctico, cómodo y elegante.[74]

La idea de que la ropa, sobre todo la femenina, debía liberarse de todo adorno y aspirar a ser cómoda y funcional la había formulado en esas mismas fechas de manera casi programática la destacada diseñadora soviética Nadiezhda Lamánova. La ropa no debía violentar al cuerpo, no debía imponerle nada, sino más bien adecuarse a él. «El nuevo vestido va a estar en consonancia con la nueva vida: la vida

laboral, una vida dinámica y consciente».[75] Acerca de la racionalidad de la ropa, Lamánova escribe:

La ropa es una de las manifestaciones más sensibles de la vida social y de la psicología. La reforma radical y sin precedentes de todo el organismo social, así como el surgimiento de un consumo masivo en la Rusia soviética, conlleva de manera inevitable un cambio igual de radical en la vestimenta. De ahí la necesidad de crear ropa nueva que combine el sentido artístico de la forma, tan característico de nuestra época, con las necesidades prácticas que también exige nuestro tiempo. A diferencia de la moda occidental, cuyos cambios dependen de cuestiones comerciales, nuestras consideraciones sobre la moda se basan en la higiene social, las exigencias de los procesos de trabajo, etcétera. No basta con diseñar prendas cómodas: tenemos que asegurar la correspondencia exacta entre los elementos artísticos de la prenda de vestir y las formas y expectativas de la nueva vida que está surgiendo en nuestro entorno. Todo lo cual requiere métodos artísticos pero prácticos para la ropa de nuestros tiempos en aras de la producción masiva. En cierto sentido, la ropa es la prolongación del cuerpo. Como nuestro propio cuerpo, realiza diferentes funciones durante la vida laboral o los quehaceres cotidianos, y por ello las prendas de vestir tienen que ser racionales: no deben entorpecer, sino ayudar a su portador. Así pues, los factores más importantes que dictan el diseño de ropa son los siguientes:

1) El carácter individual y el gusto del portador (el estilo del portador).

2) El estilo de la época, su fisonomía cultural.

3) La forma del individuo, que expresa su silueta.

4) El tejido, que como forma concreta determina de antemano algunos elementos de la forma que nosotros creamos.

5) La funcionalidad de la ropa.

Así pues, la tarea de diseñar una prenda de vestir con ambición artística exige integrar la figura, el tejido y la funcionalidad en una forma genérica que sea lo más atractiva posible a ojos tanto de la época como del usuario. Lo que hemos enumerado más arriba puede resumirse mediante la fórmula práctica:

¿Para quién?¿De qué? ¿Con qué objetivo?

Y todo ello puede sintetizarse en *cómo* (la forma).

Al crear la forma según estos principios, es preciso atenerse a la estricta subordinación a las leyes plásticas de proporción y relación que gobiernan todo arte. Una interpretación tal de la vestimenta no sólo refleja las manifestaciones exteriores de la vida en sociedad, sino que invita a verificar los rasgos autóctonos, psicológicos, históricos y nacionales del pueblo ruso, lo que lleva de manera inmanente a estudiar el arte popular, tal como se manifiesta en la artesanía. Encontraremos múltiples posibilidades al poner en relación el brillo de tantos motivos del arte popular, así como su profundo racionalismo, con el nuevo tipo de vida soviética. El bordado tradicional, los encajes de bolillos y los tejidos de lino podrán combinarse con las ideas contemporáneas sobre la forma, algo absolutamente perentorio en vista de la renovación social y psicológica de la vida en comunidad.[76]

El secreto del ascenso de Lamánova a «*Haute Couturière* de la Unión Soviética» reside muy probablemente en esa simbiosis de funcionalidad y exigencia estética. Superó el desencuentro con los formalistas y constructivistas a comienzos de la década de 1930, cuando no quiso participar de sus originales y fantasiosas creaciones, y en 1935 fundó la Casa de los Modelos, que sentaba las bases del

desarrollo institucional de la moda soviética dentro de la economía planificada.[77]



16. Modelo de Nadiezhda Lamánova.

Tanto el parentesco estético como las diferencias que existían entre las dos diseñadoras se explican por las distintas y en parte similares trayectorias vitales, pero sobre todo por la pertenencia a los mismos tiempos: el final de la Europa de la *belle époque* después de la Gran Guerra y el comienzo de una «modernidad» desconocida.

Gabrielle Chanel nació en 1883 en Saumur, una pequeña localidad del departamento de Maine y Loira. Era hija natural de un vendedor ambulante que recorría los mercados de la región, y pasó los primeros años de su vida en un orfanato regentado por monjas del convento de Aubazine, tras lo cual se formó en una escuela católica de niñas.[78] Aprendió muy pronto los rudimentos de la costura. Nadiezhda Lamánova, por su parte, pertenecía a una generación anterior. Había nacido en 1861 en las cercanías de Moscú, en el seno de una familia aristócrata venida a menos. Se educó en el instituto femenino de Nizhni Nóvgorod y aprendió el oficio de costurera en un taller de bordado de Moscú. A comienzos de siglo era ya una costurera cotizada y muy pronto se convirtió también en proveedora de la emperatriz. Ambas mujeres vivieron a lo largo de su vida períodos dramáticos en los que conocieron ambientes muy diversos. Chanel trabajó de costurera, cantó en un café de Moulins, estableció en Vichy contacto con el mundo de los balnearios y, de la mano de sus amantes de la alta

sociedad, se introdujo en círculos que nada tenían que ver con su origen en la provincia francesa: vivió en un castillo con Étienne Balsan, oficial de caballería y fabricante de textiles; su amigo el aristócrata inglés Arthur Edward «Boy» Capel la ayudó a abrir tiendas de moda en los mundanos balnearios de Biarritz y Deauville y, más adelante, también en París. Lamánova era ya antes de la Primera Guerra Mundial una mujer cosmopolita que solía viajar a París. Chanel logró serlo gracias a sus generosos amantes—sin por ello perder nunca su independencia—, pero sobre todo gracias a su capacidad de trabajo y a su extraordinario genio. Las dos se sentían atraídas por el universo de las artes, en especial por el teatro. Lamánova trabajaba como diseñadora de vestuario para la compañía Teatro de Arte de Moscú, bajo la dirección de Konstantín Stanislavski. Por su parte, Chanel, gracias a su amistad con Misia Sert, la reina de la bohemia parisina, frecuentaba la alta sociedad y a las principales figuras de las Saisons Russes, en especial a Serguéi Diáguilev. En 1919, después de la Revolución rusa, Lamánova fue detenida junto a su marido, pero muy pronto la pusieron en libertad gracias a la intervención de Maksim Gorki. Siguió siendo, hasta su muerte en 1941, una de las principales representantes de la moda soviética. Chanel se convirtió después de la Gran Guerra—que pasó en parte como enfermera en un hospital militar—en la figura central de la moda francesa.[79] Ambas habían experimentado en carne propia las tensiones entre el «pueblo llano», con «su sano sentido común», y la sofisticada cultura de los Ballets Rusos y del Teatro de Arte de Moscú. Y lograron sacar provecho de ellas.

Según su biógrafa Charles-Roux, Chanel siempre hablaba de la «inclinación natural de sus padres por todo lo limpio, fresco y lujoso». No obstante, es más probable que el convento de Aubazine donde creció tuviera mayor influencia en su creación más espectacular: el vestido negro «de desconcertante sencillez».

Blancos los camisones de las huérfanas, lavados una y otra vez, siempre limpios… Negras sus faldas de profundos pliegues para que duraran más y facilitaran la marcha. Negros los velos de las monjas y sus hábitos de amplias mangas. ¡Ah, esas mangas con un ancho doblez en el puño para guardar el pañuelo! Pero blanca, muy blanca, la banda almidonada que les ceñía la cabeza y la ancha toca en forma de gorguera; blancos también los largos corredores y los muros encalados, pero negras las altas puertas del dormitorio, de un negro tan profundo y noble que una vez visto se grababa para siempre en la memoria.

El colegio también dejó huella: «Tres detalles, a primera vista insignificantes, quedarían grabados para siempre en su memoria: el cuello de los colegiales de la rue du Lycée, su corbata de lazada floja y el negro de sus blusones». En Vichy, donde trabajó de sombrerera, ya daba la sensación de ser una mujer liberada como por arte de magia de las puerilidades de su tiempo, una mujer que impresionaba por su

exquisita sobriedad.

De todos los lugares y períodos de su vida Chanel siempre se llevó algo que terminaría caracterizando su estilo: de su infancia, la sencillez y la practicidad; de su juventud, las prendas deportivas de la hípica, las pistas de tenis, las playas y las excursiones en los yates de hombres ricos; las camisetas de rayas de los marineros; los chubasqueros de los pescadores o las camisas bordadas de los campesinos rusos. Sabía hacer de la necesidad virtud: en tiempos de guerra, se pasó a las telas de punto creando un nuevo estilo, pero no reparaba en gastos cuando se trataba de alcanzar la perfección, como ocurrió con Chanel № 5.

Se dejó inspirar por los escenógrafos y los diseñadores de vestuario de los Ballets Rusos, pero presentaba sus propios modelos sobre el escenario. En el ballet *Le Train Bleu* de Jean Cocteau, Darius Milhaud y Serguéi Diáguilev (estrenado el 13 de junio de 1924), que trata de una aventura amorosa en la playa, aparecen en escena bañistas, jugadores de tenis y campeones de golf, pero no disfrazados con trajes de actores, sino vestidos con prendas normales diseñadas por Chanel: deportistas de verdad con las piernas desnudas y calzado de tenis o de golf, felices con sus bañadores.[80] La divisa de Chanel era: «Siempre quitar, siempre despojar. No agregar jamás… La única belleza es la libertad de los cuerpos».[81] Un hombre tan sofisticado como el conde Harry Kessler dejó escrito en su diario (el 24 de junio, poco después del estreno de la obra), que el ballet era una muestra «de las transformaciones mágicas del mundo moderno, de las metamorfosis de la vida cotidiana y, sobre todo, del deporte moderno: tenistas, acróbatas, gimnastas, luchadores, nadadores y nadadoras». Asimismo, escribía entusiasmado sobre «las agrupaciones en forma de friso», las «imágenes de una inmensa belleza» que «parecen a un tiempo de la Grecia antigua e hipermodernas».[82]



17. Escena de *Le Train Bleu de Jean Cocteau*, con vestuario de Gabrielle Chanel (1924).

Nadiezhda Lamánova tenía que lidiar con un entorno donde la ropa y la moda se habían convertido explícitamente en una cuestión de lucha de clases. En Rusia, una vez finalizada la Guerra Civil y establecida la rutina cotidiana, cobra también impulso la industria textil, y con ella la moda: la fábrica Kersten, especializada en prendas de punto, se convierte en «Bandera Roja».[83] En la década de 1920 se dirime una lucha por la vestimenta del nuevo individuo, y no está decidido de antemano quién saldrá vencedor. El mundo debe a la situación caótica de la Nueva Política Económica uno de los capítulos más fascinantes de la historia del estilo en el siglo XX. A los tumultos en todos los ámbitos, consecuencia de una década de revoluciones y guerras, siguió una explosión de creatividad que hizo resurgir todo lo que había perdurado de la moda prerrevolucionaria, de tal manera que la disputa por determinar la nueva estética se dirimió como una lucha de clases, entre lo viejo y lo nuevo, entre el pasado y el futuro. Igual que de la noche a la mañana se volvieron a llenar los viejos establecimientos, los cines y los cabarets—con los «clientes de antaño» y con la recién surgida «burguesía de la Nueva Política Económica»—, también regresaron los distintivos de la moda anterior a la guerra, y se volvieron a poner al día bailes tan celebrados entonces como el tango, el foxtrot o el *two-step*. El escenario no era muy distinto del que plasmó George Grosz en sus cuadros sobre la Berlín de la década de 1920: vestidos de lentejuelas, grandes escotes, boas de plumas,

vestidos de noche sin cintura, larguísimas boquillas para los cigarrillos, estolas, una indumentaria que acentuaba la ambivalencia y la androginia, a diferencia de las musculosas figuras del guerrillero proletariado comunista.

Nadiezhda Lamánova ya había formulado y dejado claro muy pronto —en 1919, justo después de fundar el primer laboratorio de costura soviético—el fin definitivo de la moda del mundo que había naufragado. La ropa revolucionaria no tenía que ser vistosa ni lujosa, sino sobre todo práctica; debía liberarse de cualquier elemento superfluo—joyas, adornos, materiales demasiado caros—y contribuir a revalorizar la cultura cotidiana, no sólo para la clase social más pudiente, sino para toda la población. La mujer debía abandonar el papel de apéndice o adorno del hombre. El campo de experimentación para la ropa de esta nueva mujer pasó a ser sobre todo el teatro, pues podían presentarse los prototipos en el escenario. El camino iniciado por los diseñadores de vestuario de los Ballets Rusos fue seguido por los extravagantes diseñadores y escenógrafos de la vanguardia soviética, entre ellos Nikolái Yevréinov, Vsévolod Meyerhold y Aleksandr Taírov. Los trajes geométrico-abstractos descritos por Alekséi Tolstói en su novela de ciencia ficción *Aelita* (1924) también pueden considerarse muestras de moda vanguardista. Y algunas pintoras que experimentaban con una reducción radical de las formas —Varvara Stepánova y Liubov Popova—destacaron asimismo como diseñadoras de tejidos y vestidos, y para ello se inspiraron en los colores y los patrones del folclore y el arte popular rusos.[84]

El lugar donde convergieron estas líneas de producción paralelas y a la vez tan distintas fue la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industrias Modernas, celebrada en París en 1925. Un cuarto de siglo después de la imponente Exposición Universal de 1900, la nueva muestra debía apuntalar el liderazgo y el renacer de Francia tras la devastadora guerra. El programa era sumamente exigente: sólo se presentarían las últimas innovaciones en arte y técnica. Por evidentes motivos políticos no se invitó a representantes del Imperio alemán, pero sí a los de la Unión Soviética, cuyo pabellón despertó gran interés. Los millones de curiosos que acudieron al Grand Palais y a los pabellones emplazados entre place de la Concorde y place Alma disfrutaron de una muestra muy rica en arte contemporáneo. El foco estaba puesto en la arquitectura y el diseño; los pabellones de Konstantín Mélnikov y de Le Corbusier obtuvieron el mayor eco, pero también llamaron mucho la atención el diseño, el cartelismo y la moda, con nombres como El Lisitski, Aleksandr Ródchenko y Nadiezhda Lamánova. Los tejidos, la ropa, las joyas y los juguetes elaborados con los materiales más sencillos entusiasmaron al público occidental y obtuvieron numerosas medallas, todo ello en

medio de una atmósfera muy favorable y receptiva hacia la Unión Soviética, de la que se esperaban grandes logros.85

Con la Expo 1925 el modernismo quedó relegado por la más moderna Bauhaus (aunque no se hubiera invitado oficialmente a nadie de Alemania); Le Corbusier, el cubismo y el arte inspirado por las excavaciones en Egipto y México era lo que dictaba entonces los debates. La exposición acabó bautizando la época siguiente: *art déco*. Paul Poiret, que había fundado en 1922 una empresa de moda y perfumes, tocó en el pabellón Amours un piano de perfumes que expandía aromas entre el público. En la exposición había incluso un Palacio de la Elegancia:

Lo característico de la exposición fue presentar juntos los vestidos de Jean Patou, Chanel, Jeanne Lanvin y Louise Boulanger, a la vez que se presentaban telas de Poiret, sederías, iluminaciones, mobiliarios, cristales de Lalique, lacas de Dunand, joyas de Cartier, piezas de oro y plata de Christofle, herrajes, porcelana francesa o extranjera, con una sola condición: las líneas y las formas debían ser nítidas, de ornamentación sobria y relieve moderado. El éxito de la Exposición de Artes Decorativas fue un acontecimiento indiscutible.86

Lo que aseguró el triunfo de la Expo 1925 fue, por un lado, los coloridos elementos folclóricos y la fascinación contemporánea por lo exótico, extraño y «primitivo», y, por otro, la radicalidad estética de la producción que ofrecían la moda, la arquitectura y el diseño soviéticos.



18. Nuevos modelos Ford listos para la entrega.

¿Qué significó para Chanel la Expo 1925? La presentación de sus

modelos y complementos causó sensación en todo el mundo. En 1926, la revista *Vogue* predijo que ese vestido negro «de desconcertante sencillez» se convertiría «en una especie de uniforme adoptado unánimemente» y concluía: «Éste es el Ford firmado por Chanel», en alusión a la marca de automóviles estadounidense. Con su funcional pero atractivo automóvil, Ford había convertido un objeto de lujo en un producto asequible para muchos consumidores, y con su vestido negro Chanel había creado su Ford.[87] También Lamánova defendía una moda que aunara buen gusto y calidad, una moda que, gracias a la incipiente producción masiva, pudieran permitirse también las clases humildes. Ford se erigía así tanto en punto de referencia de la *haute couture* francesa como en prototipo para el proyecto industrial soviético: había tractores Ford en la agricultura colectiva y Nizhni Nóvgorod, la cuna de la industria automovilística soviética, fue apodada la «Detroit del Volga», una señal de que en el horizonte había aparecido ya una tercera potencia: Estados Unidos.

Por grande que fuera su talento, no era predecible que una sombrerera y modista entrara en contacto con círculos, especialmente masculinos, que le allanarían el camino desde su pequeño lugar de origen hasta el gran mundo. Tenía que haber un espacio en el que la sombrerera Chanel no sólo se pudiera encontrar con Boy Capel, el amante rico que la ayudó a abrir sus primeras boutiques, sino también entablar relación con Georges Clemenceau, el primer ministro francés, o con Winston Churchill, cuya hora de esplendor estaba aún por llegar. Tenía que haber lugares en los que una sombrerera se pudiera topar con un duque de Westminster, el hombre más rico del Reino Unido, en cuyas fincas pasaría ella largas temporadas, o con un miembro de la familia del zar que se acordara de un perfumista que residía en San Petersburgo durante la época prerrevolucionaria.

Y, de hecho, existía ese lugar al que acudía el mundo de la *belle époque* con todos sus rituales, sus hábitos y su dinero. Existía ese lugar donde habían encontrado refugio los náufragos de la sociedad hundida tras la Gran Guerra y la Revolución. Existía ese lugar en el que se congregaban los contemporáneos más sensibles, artistas, literatos y pintores de todo el mundo que aspiraban a estar a la altura del tiempo y en el centro de todas las tensiones: ese lugar era París, la capital del siglo XIX que, tras la catástrofe de la Primera Guerra Mundial, volvía a resplandecer con todo su brillo antes de que el centro del mundo se trasladara a América. De las exposiciones universales celebradas desde mediados del siglo XIX, fueron las de 1900, 1925 y 1937, todas ellas en París, las que más impacto causaron entre el público. Allí se pudo ver la Torre Eiffel, que, en el centro mismo del certamen de *fin de siècle*, había exhibido el increíble avance de la técnica; o la exposición de 1925, que celebraba la entrada en ese mundo nuevo que estaba brotando después de la «catástrofe seminal del siglo XX»; o la exposición de 1937, en la que los pabellones de la Unión Soviética y del Reich alemán salían ya de la sombra de la Torre Eiffel y anticipaban una nueva dimensión de lo monumental y lo absoluto. A ellas afluyó una masa de millones de personas que quería conocer el mundo y el futuro. Allí coincidieron los ricos rentistas y los ociosos de *El mundo de ayer*,[88] los sibaritas del lujo y de la moda que podían permitirse cualquier cosa, todos aquellos que tenían el presentimiento de que bajo el barniz de un mundo perfectamente ordenado se estaba gestando algo monstruoso. Había utopistas, apocalípticos, histéricos, profetas, aventureros, gente en contacto con tendencias y corrientes subterráneas que captaban las señales de movimientos libertadores, revueltas, masacres, atentados, catástrofes naturales e invenciones inauditas que llegaban de todas partes a Europa. A París acudían turistas de todo el mundo, curiosos por ver una vez más lo que

producía Europa en su mejor época.[89] Africanos y asiáticos que escuchaban con mucha atención lo que se decía en las universidades, en las academias y en los cafés, y que aprendían a su vez a liberarse de Europa. Se veía a estadounidenses de la «generación perdida», como Ernest Hemingway y Gertrude Stein, que recorrían el Louvre en busca de sí mismos y recalaban en los cafés, donde comprobaban que los estadounidenses podían seguir viviendo a su manera. En París había también ingleses y alemanes que hablaban, por supuesto, un perfecto francés y trataban de regresar a casa tocados por el refinamiento del talante europeo.[90]

Pero fueron sobre todo los rusos los que se presentaron en París por primera vez como potencia cultural europea. En suelo extraño, más allá de sus fronteras, coincidieron después de la Revolución personas que nunca se habrían encontrado en su país. Todos juntos representaban la escena rusa, que ejercería una extraordinaria influencia en su entorno, antes y después de la guerra, antes y después de la Gran Revolución.

Antes de la Primera Guerra Mundial París e Italia eran los principales destinos de los viajeros rusos. Los aristócratas visitaban con cierta regularidad centros turísticos mediterráneos. La colonia rusa se reunía año tras año en la Costa Azul, en Cannes, San Remo, Antibes, Niza, o bien a orillas del Atlántico, en Biarritz o Deauville, rodeada siempre de un lujo y de un servicio que satisfacían las máximas exigencias, como tener iglesias ortodoxas y sinagogas. Los lugares de veraneo sufrieron un golpe económico muy duro cuando, al comienzo de la Gran Guerra y, sobre todo, después de la Revolución, dejaron de llegar los visitantes de altísimo poder adquisitivo. Un grupo cada vez más numeroso lo formaban turistas culturales para los cuales París suponía el apogeo de su *Grand Tour* por Europa. Todas las guías turísticas rusas de aquellos años incluyen una topografía de las atracciones parisinas, de los hoteles y de los más diversos establecimientos. Cuando se amplió la red ferroviaria se intensificaron también—gracias especialmente al Nord Express que iba de San Petersburgo a París—la comunicación y el intercambio entre dos mundos hasta entonces muy alejados entre sí.[91]

Francia era desde la Revolución francesa un país de refugio para disidentes políticos y luchadores por la libertad de todo el mundo y, a partir del siglo XIX, París se convirtió en el centro del exilio de revolucionarios rusos, además de ser la ciudad universitaria favorita de los miembros de la *intelligentzia*. Los demócratas revolucionarios y los opositores de todas las tendencias convirtieron París, junto con Londres y Ginebra, en el núcleo de la resistencia antizarista, en su sede editorial, y en el lugar donde reunirse y formarse.

Los movimientos artísticos parecían aflorar en París mucho antes

que en otras metrópolis europeas, ya fuera el impresionismo, la secesión de Viena, el simbolismo y, más adelante, corrientes como el dadaísmo y el surrealismo. Ir a París era obligatorio—desde San Petersburgo, Riga, Kiev y Varsovia—; de ahí que ya antes de la Revolución nos topemos allí con artistas e intelectuales rusos como Marc Chagall, de Vitebsk; Aleksandra Ekster, de Kiev, o Mijaíl Lariónov, de Moscú (a finales del siglo XX se redescubrió la obra de esta llamada Escuela Parisina y se exhibió en grandes muestras, como la celebrada en el Centre Pompidou con el título de *París-Moscú*).[92]



19. Retrato de Serguéi Diáguilev, por Lev Bakst (1906).

El apogeo de la presencia rusa y de su influencia en todo el mundo lo sellaron las Saisons Russes y los Ballets Rusos del empresario y genio universal Serguéi Diáguilev. Antes de abandonar Rusia en 1906 había sido director del Teatro Imperial de San Petersburgo, además de organizar exposiciones e impulsar una serie de influyentes revistas de arte. En París creó nada menos que una impresionante obra de arte total en la que colaboraban representantes de todas las disciplinas artísticas: música, danza, literatura y pintura. Reunió a los compositores Ígor Stravinski, Darius Milhaud, Erik Satie y Serguéi Prokófiev; los coreógrafos y bailarines Léonide Massine, Serge Lifar, Borís Kocjnó y Vaslav Nijinski; las bailarinas Anna Pávlovna, Tamara Karsavina y Bronislava Nijinska; los pintores Pablo Picasso, Juan Gris, Fernand Léger, Salvador Dalí, Lev Bakst y Alexander Benois, y, por último, como diseñadora de vestuario, Gabrielle Chanel.

Los estrenos de las Saisons Russes ingresaban directamente en la historia de la música: *La consagración de la primavera*, *El pájaro de fuego*, *El amor de las tres naranjas*, *Las bodas*, *El paso de acero*. Las funciones eran verdaderos acontecimientos artísticos y sociales, y a ellos acudían espectadores de todo el mundo. Serguéi Diáguilev y su compañía estaban permanentemente de gira: París, Montecarlo, Londres, Berlín, Viena, Budapest, Buenos Aires, Nueva York. Coco Chanel hizo posible, concediendo una ayuda de trescientos mil francos, que en 1920 se volviera a representar *La consagración de la primavera*, y fue también ella quien viajó en 1929 a Venecia para visitar a un moribundo Diáguilev y organizar un funeral y un entierro dignos. Cuando Stravinski y su familia se trasladaron de Suiza a Francia, Chanel puso a su disposición la villa Bel Respiro que poseía en Garches.[93] Y ofreció alojamiento en Biarritz al gran duque Dmitri Pávlovich, miembro de la dinastía Románov que vivía arruinado en Francia. Las mujeres que trabajaban para ella como modelos, modistas y expertas en tejidos y complementos de lujo eran damas de la alta sociedad que habían huido de Rusia después de la Revolución. Chanel estaba rodeada de «cosas rusas» y reconocía en la elegancia de «las clases antiguas» un gusto y un refinamiento profundamente afines a los suyos.

Los salones permitieron a la comunidad rusa—en realidad a la comunidad internacional—reunirse y mezclarse con la sociedad parisina, y uno de los salones principales lo regentaba la legendaria Misia Sert, hija del artista polaco Cyprian Godebski, nacida en San Petersburgo, educada en los mejores colegios y destinada a una carrera de concertista de piano—Gabriel Fauré había sido su maestro de música—. Pero Misia Sert prefirió casarse con Thadée Natanson, editor de periódicos influyentes, al que abandonó para casarse con su rico amante inglés, Alfred Edwards, del cual se separó a su vez diez años después para iniciar una relación con el pintor catalán Josep Maria Sert, que ya había cosechado grandes éxitos en París y Nueva York—suyos son los murales del hotel neoyorquino Waldorf-Astoria y del Palacio de las Naciones de Ginebra y, sobre todo, los del pabellón de la República española en la Exposición de París de 1937—. Por el salón de Misia Natanson y el señor Edwards pasó lo mejor de París: Henri Tolouse-Lautrec, Maurice Ravel, Erik Satie, Paul Verlaine, Marcel Proust, Jean Cocteau. Ella misma fue retratada por Pierre Bonnard y Félix Vallotton. A Misia le impresionó profundamente Chanel, enseguida la consideró su alma gemela y fue ella quien le presentó a Diáguilev. Hasta su muerte, en 1950, Misia estuvo muy unida a Chanel.[94]

Francia fue aliada de Rusia durante la Primera Guerra Mundial y, tras la derrota de las fuerzas antibolcheviques, fue el destino preferido

de los emigrantes huidos del Imperio zarista. Junto con otras ciudades como Constantinopla, Praga, Berlín y Charbin, la capital de Francia se convirtió en un «centro ruso más allá de las fronteras» y acogió a miles de refugiados, pese a que el país apenas acabara de recuperarse de las graves pérdidas sufridas en la guerra. París era escenario de atentados y secuestros: los servicios secretos soviéticos capturaban a miembros del Ejército Blanco para llevarlos a la Unión Soviética, y perseguían también a representantes de la oposición antiestalinista de izquierdas, como Lev Sedov, el hijo de Lev Trotski. En París se vivían innumerables tragedias personales de mujeres y hombres que lo habían perdido todo y tenían que empezar de cero: oficiales que trabajaban de taxistas o de operarios en la fábrica de automóviles Renault de Boulogne-Billancourt, damas de la nobleza e institutrices empleadas ahora en sastrerías y tiendas de ropa. Los emigrantes rusos disponían de infraestructura propia, con escuelas, periódicos, editoriales, comunidades religiosas y centros de vacaciones para jóvenes. Robert H. Johnston, historiador del París ruso, definió la ciudad como «Nueva Meca, Nueva Babilonia».[95]

En este punto de encuentro entre comunidades se crearon círculos y relaciones familiares, se formaron parejas: no fueron excepciones exóticas el matrimonio de Picasso con Olga Jojlova, el de Romain Rolland con María Kudasheva, la relación de Fernand Léger con Nadia Jodasévich o el caso de Gala (en realidad, Elena Diákonova), compañera sentimental y musa de Paul Éluard, Max Ernst y Salvador Dalí. En París se amalgamaban unos gustos y unos estilos que traspasaban las fronteras.

Un caso de biografía transnacional típico es el del francés Ernest Beaux, quien se crio en Moscú, se formó en la perfumería francesa Rallet y, después de la Revolución rusa, se estableció definitivamente en su «patria de origen». Gabrielle Chanel y Ernest Beaux se conocieron gracias a la mediación del gran duque Dmitri Pávlovich, que residía en Francia desde hacía muchos años y era nieto de Alejandro II, sobrino de Alejandro III y primo del último zar. Criado por niñeras inglesas, creció en el Kremlin con su hermana y con un tío gobernador de Moscú que fue asesinado en un atentado terrorista. Como observador externo, pero muy familiarizado con los círculos parisinos, el conde Harry Kessler describe la relación entre Chanel y Pávlovich, y dice de éste: «[Dmitri] ha hecho perder muchas simpatías a la corona del zar con su comportamiento en París […] Se ha liado con una riquísima modista y *cocotte*, amiga de mi querida amiga Misia Edwards (Sert), para poder disfrutar de su dinero; es decir, es un mantenido de Coco». Kessler habla además de Diáguilev, «que también ha tenido trato íntimo con Coco y deja que le "preste" dinero para su ballet», así como de las grandes fiestas de Coco, en las que ella y Misia

llevaban la voz cantante, y de las «recepciones con caviar, *foie-gras*, fruta y jamones enormes».96 Pocas veces se equivocó tanto el conde Kessler—por lo demás, un hombre sagaz y sensible—en sus juicios sobre las más variopintas personas desperdigadas por toda Europa como en el caso de Chanel.



20. Cartel de la casa de moda Kitmir (década de 1920).

Una idea de lo estrecha que era la relación de Coco Chanel con el círculo ruso nos la puede dar su cooperación con la gran duquesa María Pávlovna, fundadora de la casa de modas Kitmir. Charles-Roux menciona una de sus creaciones, la *rubashka* ceñida de lana fina con una falda ajustada, franjas de tela bordadas discretamente en el cuello y en los puños, un vestido que debía toda su originalidad a la tierra rusa, pero que se presentaba de forma típicamente parisina. La idea de la *rubashka* fue muy bien recibida, hasta el punto de que Chanel decidió montar un taller de bordado y confió la dirección a la gran duquesa Maria. Kitmir—presente también en la Expo 1925—debía su nombre al legendario personaje de una fábula persa y era uno de los muchos talleres de moda fundados durante la década de 1920 por emigrantes rusos, no sólo en París, sino en otros destinos de la emigración, como Berlín o Harbin, en el Extremo Oriente. María Pávlovna había estado casada antes de la Gran Guerra con el príncipe heredero de Suecia, pero el matrimonio fracasó y ella regresó a Rusia. Huyó del país después de la Revolución, con escalas en Kiev, Odesa, Constantinopla, Bucarest y Londres, hasta recalar finalmente en París,

donde, en 1921 y a través de su hermano Dmitri Pávlovich, conoció a Coco Chanel. María Pávlovna llegaba traumatizada por el destino de los suyos—su padre seguía en Petrogrado y varios familiares habían sido asesinados en Crimea—, pero, gracias a su empeño y a su aptitud empresarial, logró montar un taller propio. En la moda francesa de aquellos años nos topamos con más miembros de la aristocracia rusa: Obolonski, Yusúpov, Dolgoruki, Bajmétiev. Todos ellos pertenecían a la alta sociedad de Moscú o San Petersburgo y estaban habituados al mundo del lujo y de la moda. Habían sido educados con institutrices y, en muchos casos, su primera lengua no era el ruso, sino el francés. Las bellezas rusas se consideraban entonces la encarnación de la elegancia. Las páginas de *Harper's Bazaar* y *Vogue* venían adornadas con fotos de modelos como Gali Bashénova, Niusia Rotwand y Lady Abdi, de destacados fotógrafos de moda como Alexander Liberman y George Hoyningen-Huene o de famosos diseñadores como Erté (en realidad, Roman Tírtov, que firmaba R. T.). Las fastuosas y exóticas creaciones rusas—bordados, diademas en forma de *kokóshniks*, sombreros *ushanka*, bufandas y abrigos de pieles de lujo, collares de perlas y cinturones, muñecas vestidas con trajes folclóricos, sombrillas, bolsos extravagantes—se correspondían con la idea occidental de un Oriente misterioso y satisfacían además esa extendida necesidad de dejarse deslumbrar por la belleza más exclusiva.[97] En muchos casos, como en el de María Pávlovna, las mujeres supieron lidiar con las difíciles condiciones del exilio mejor que los hombres, que seguían lamentando la pérdida de sus puestos de trabajo y su estatus. La dura escuela del exilio había afinado el instinto de supervivencia de las mujeres, las animaba a adentrarse en territorios inexplorados—María Pávlovna creó también un nuevo perfume: Príncipe Ígor—e incluso a conquistar el mercado americano.

Lo que París, la «capital del siglo XIX», había exportado en su día a Moscú y a San Petersburgo retornaba ahora por la vía indirecta de la emigración y el exilio. Entre los exiliados se hallaban también empresarios y mecenas que habían comprado cuadros de Picasso, Matisse, Van Gogh y Cézanne antes de que alcanzaran prestigio mundial y los exponían en sus casas. Los legendarios coleccionistas rusos Serguéi Schukin e Iván Morózov murieron lejos de su patria, el primero en 1935 en París, el segundo en 1921 en Karlsbad, pero sus impresionantes colecciones de arte moderno francés, expropiadas en la Unión Soviética, siguen recordándonos la importancia del eje París-Moscú durante la gran época de la modernidad europea, y hasta hoy forman parte de las principales atracciones de los museos Hermitage y Pushkin.[98]

¿CONEXIÓN FRANCESA EN MOSCÚ?
LA «PATRIA DE LOS TRABAJADORES» Y LA HUELLA DE MIJAÍL BULGÁKOV

Mientras los aristócratas, los intelectuales burgueses y los miembros del Ejército Blanco huidos de la Revolución rusa encontraban la salvación en París, todos aquellos que confiaban en que esa misma revolución supusiera el comienzo de un nuevo mundo tomaban rumbo al Este: a Moscú. Al principio, la Revolución rusa era una manera de capear las «tempestades de acero» de la Primera Guerra Mundial. La caída del régimen zarista y, más adelante, del gobierno provisional auguraban el final de una carnicería que había causado millones de muertos y cientos de miles de mutilados en toda Europa, y una nueva generación confiaba ahora en poder retomar el camino de vuelta a la vida cotidiana de los tiempos de paz. Era sobre todo la esperanza de que la Revolución acabara para siempre con las guerras lo que hizo que los revolucionarios rusos ganaran simpatizantes y partidarios en Europa, entre ellos representantes del «comunismo cristiano», como Pierre Pascal, o de un pacifismo radical, como Henri Barbusse. Especialmente este último, autor de la novela *El fuego* y herido en la guerra, se sintió hasta su muerte, en 1935, inmensamente atraído por el país. Hasta el final trabajó en una biografía sobre Stalin.[99]

La ola de pacifismo que recorría Europa también llevó a Rusia a Romain Rolland, escritor célebre ya antes de la guerra que hacia el final de sus días llegó a visitar a Stalin. Era éste un idealismo que pasaba por alto muchas incongruencias de la realidad soviética—y desembocaría más tarde en una extraña apología de la dictadura estalinista—y alimentó el turismo moscovita no sólo de humanistas burgueses como André Gide, sino incluso de alguien como Louis-Ferdinand Céline, quien tampoco quiso perdérselo.

Un talante distinto exhibía el rumbo militante del socialismo que se había escindido de la Segunda Internacional para acabar formando un partido propio en la Internacional Comunista. Moscú no era para sus seguidores el partido de la paz, sino el de la Guerra Civil. Veían en la Unión Soviética el comienzo de un gran experimento y reconocían sin rechistar el liderazgo del Partido Bolchevique, también a nivel internacional. Un superviviente de las barricadas de las comunas francesas, que fue homenajeado en la Plaza Roja y enterrado después junto al muro del Kremlin, simbolizaba en cierto sentido el tránsito hacia el Este del movimiento obrero revolucionario. Paul Vaillant-Couturier y Maurice Thorez, cofundadores del Partido Comunista Francés que se sentían en Moscú como en su casa, eran en la Francia de su tiempo líderes muy conocidos, incluso populares. Paul Vaillant-Couturier publicó en 1932 el libro *Les géants industriels. Les bâtisseurs de la vie nouvelle: neuf mois de voyage dans l'URSS du plan quinquenal*

(‘Los gigantes industriales. Los fundadores de la vida nueva: nueve meses de viaje por la URSS del plan quinquenal’). Pero el segmento más influyente del eje París-Moscú quizá fuera el formado por los simpatizantes de la causa soviética, personas que no tenían nada que ver con el comunismo en el sentido estricto de programa de partido o de otros dictados, pero que sí sentían una vaga simpatía por el experimento soviético, estaban fascinados por el intento de probar un nuevo modelo de vida social y, sobre todo, veían en la potencia soviética un aliado contra el capitalismo y la guerra que ya se avizoraba. Por regla general, no tenían una idea concreta de la Unión Soviética, para ellos era más bien una suerte de país de los sueños o de proyección *ex negativo* del entorno capitalista en que vivían y contra el que protestaban. La Rusia soviética podía no ser perfecta, pero al menos se atrevía a hacer algo y, en cualquier caso, representaba el mal menor; así podríamos caracterizar *grosso modo* el posicionamiento de los simpatizantes. Muchos querían ver lo que estaba ocurriendo allí. Eso fue, por ejemplo, lo que movió a ponerse en camino al joven Christian Dior y a la ya célebre Elsa Schiaparelli. Otros aprovecharon la ocasión para involucrarse activamente, como Le Corbusier, que participó en el concurso para el Palacio de los Sóviets e incluso materializó un proyecto concreto: la construcción de la Administración Central de Estadística (junto con su socio soviético, el arquitecto Nikolái Kolli).[100] Pasajeros habituales de la línea París-Moscú fueron Louis Aragon y su mujer Elsa Triolet, hermana de Lilia Brik, la amante de Vladímir Maiakovski, que mantenía uno de los salones más señeros durante la época estalinista. André Malraux, Jean-Richard Bloch y Paul Nizan visitaron en 1934 el Primer Congreso Soviético de Escritores; Louis-Ferdinand Céline viajó en 1937 a Leningrado y plasmó su experiencia en el panfleto antisemita *Bagatelas para una masacre*. Alguien que se tomó muy en serio su viaje a la Unión Soviética fue André Gide, que en 1937 asistió al desfile de deportistas apoyado en la balaustrada del Mausoleo, aunque luego introdujo una serie de retoques al cuadro que había pintado de la URSS, lo que le granjeó el odio de la izquierda más fiel a Moscú.[101] El punto álgido del entendimiento ruso-francés fue sin duda el Primer Congreso Internacional de Escritores para la Defensa de la Cultura, celebrado en París en 1935, y al que, junto a Anna Seghers, Heinrich y Klaus Mann, Bertolt Brecht y Lion Feuchtwanger, asistieron también escritores prominentes de la Unión Soviética, como Iliá Ehrenburg y Borís Pasternak. No obstante, los acontecimientos de Moscú—primero los fraudulentos procesos con las absurdas autoinculpaciones que llevaron a la ejecución de destacados revolucionarios, y luego el derrumbe moral provocado por el Pacto Ribbentrop-Mólotov—marcaron el fin de la vieja izquierda de los frentes populares.[102]

Huellas de esta relación franco-rusa construida a lo largo de tantas décadas pueden encontrarse, paradójicamente, en *El maestro y Margarita* de Mijaíl Bulgákov, novela que comenzó en la época de la NEP y concluyó en la década de 1930. El capítulo significativo se titula «La magia negra y la revelación de sus trucos».103 Nos transporta a un teatro de variedades donde actúan un payaso, una bailarina rubia en camiseta y falda corta, y el maestro de ceremonias, George Bengalski, de rostro empolvado, que presenta la actuación del mago Monsieur Voland, que aparece acompañado de un tipo alto llamado Fagot y de un gordo gato negro. Desde el escenario anuncian al público que quieren averiguar cómo han cambiado los moscovitas, tanto exterior como interiormente. Empieza el número y los trucos de magia se suceden: billetes de diez rublos vuelan por la sala, el gato arranca la cabeza al maestro de ceremonias, pero se la vuelve a poner en su sitio. Con el siguiente truco el escenario se transforma en un espacio que parece sacado de una boutique de moda parisina. Al final de la función el escenario es invadido por mujeres que agarran vestidos para probárselos. Bulgákov lleva a escena un trozo de París:

Enseguida medio escenario se cubrió de alfombras persas, aparecieron unos enormes espejos, iluminados por unos tubos verdosos, y, entre los espejos, unos escaparates. Los espectadores contemplaban sorprendidos diferentes modelos de París de todos los colores y formas. En otros escaparates surgieron cientos de sombreros de señora, con plumitas y sin plumitas, con broches y sin ellos, cientos de zapatos: negros, blancos, amarillos, de cuero, de raso, de charol, con trabillas, con pedrería. Entre los zapatos aparecieron estuches de perfume, montañas de bolsos de antílope, de ante, de seda y, entre ellos, montones de estuches labrados, alargados, para barras de labios.

Una joven pelirroja, con traje negro de noche, salida el diablo sabrá de dónde, sonreía al lado de los escaparates como si fuera la dueña de todo aquello. La joven estaba muy bien, pero tenía una extraña cicatriz que le afeaba el cuello.

Fagot anunció, con abierta sonrisa, que la casa cambiaba vestidos y zapatos viejos por modelos y calzados de París. Lo mismo dijo de los bolsos y todo lo demás.

El gato taconeó con una pata, mientras gesticulaba extrañamente con las patas delanteras, algo característico de los porteros cuando abren la puerta.

La joven se puso a cantar con voz un poco grave, pero muy dulce, algo incomprensible, pero, a juzgar por la expresión de las señoras, muy tentador:

—Guerlain, Chanel Nº 5, Mitsuko, Narcisse Noir, trajes de noche, vestidos de cóctel…

Fagot se retorcía, el gato hacía reverencias, la joven abrió los escaparates de cristal.

—¡Por favor—gritaba Fagot—, sin cumplidos ni ceremonias!

Se notaba que había nervios en la sala, pero nadie se atrevía a subir al escenario. Por fin lo hizo una morena de la décima fila; subió por la escalera lateral, con una sonrisa, como sin darle importancia.

—¡Bravo!—exclamó Fagot—. ¡Bienvenida nuestra primera clienta! Popota, un sillón. Empecemos por el calzado, madame.

La morena se sentó en el sillón y Fagot colocó en la alfombra delante de ella un montón de zapatos. La mujer se quitó el zapato derecho y se probó uno de color lila,

dio unos golpecitos en el suelo, examinó el tacón.

—¿No me apretarán?—preguntó pensativa.

Fagot exclamó ofendido:

—¡Ni hablar!—y el gato maulló, tan herido se sentía.

—Me llevo este par, monsieur—dijo la morena muy digna, y se puso el otro zapato.

Arrojaron sus zapatos viejos entre la cortina, y detrás de ella se metieron la morena y la joven pelirroja, seguida por Fagot, que llevaba varias perchas con vestidos. El gato desplegaba gran actividad, ayudaba, y, para darse más importancia, se colocó en el cuello una cinta métrica.

Instantes después reapareció la morena con un vestido tan elegante que en el patio de butacas se formó una verdadera ola de suspiros. Y la valiente mujer, extraordinariamente embellecida, se detuvo ante un espejo, movió los hombros desnudos, se tocó el pelo en la nuca y se volvió, tratando de verse la espalda.

—La compañía le ruega que reciba esto como obsequio—dijo Fagot entregándole abierto un estuche que contenía un frasco de perfume.

—*Merci*—contestó la mujer con gesto arrogante, y bajó por la escalerita a la sala.

Mientras iba hacia su butaca, los espectadores se incorporaban y señalaban el estuche.[104]

Por lo visto, Bulgákov podía presuponer que sus lectores conocían perfectamente el perfume Chanel Nº 5. La escena de su novela evoca el mundo de las boutiques parisinas. El aroma desempeña un papel muy importante: los espectadores quedan embelesados, el frasco es el símbolo del encantamiento. La sala entera cae en estado de trance.

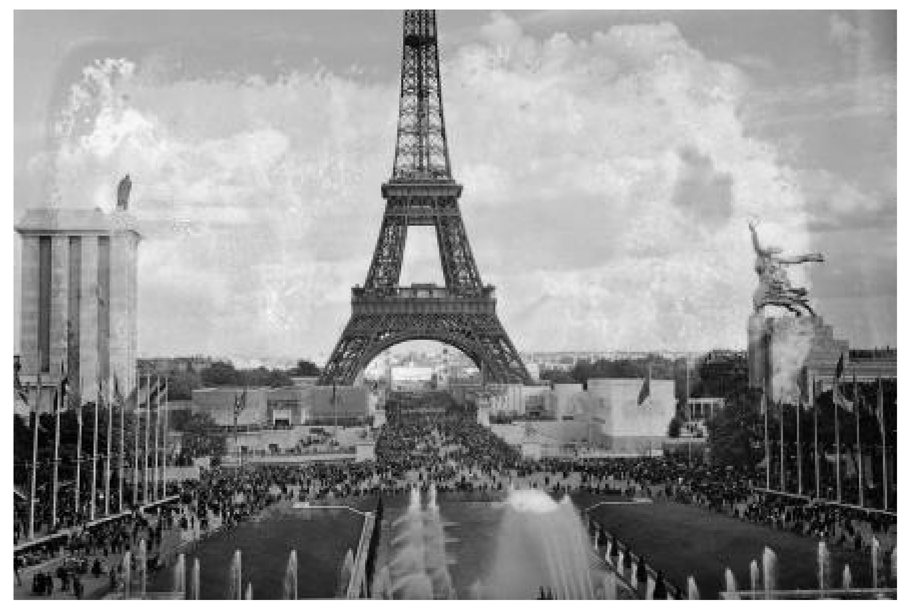
El ambiente general del espectáculo, el comportamiento del público y, sobre todo, las marcas de perfume que se invocan apuntan a la década de 1920, al capitalismo de bazar de la NEP; sin embargo, el verdadero acontecimiento de este capítulo también puede interpretarse como una alegoría, como una alusión al desconcierto general que reinaba en la década de 1930, como una mezcla de furia, desesperación y ansia de liberarse, como un estado de trance social en medio de tumultos y purgas, un estado en el que ya no se distingue lo verdadero de lo falso, la realidad de la ficción.[105]

EL PROYECTO INCONCLUSO DE AUGUSTE MICHEL

EL PERFUME PALACIO DE LOS SÓVIETS

Desde mayo hasta noviembre de 1937 París acogió una nueva exposición universal a la que acudieron millones de personas. Entre las principales atracciones se contaban los pabellones del Reich alemán y de la Unión Soviética, ambos situados en el Campo de Marte, bajo la silueta de la Torre Eiffel. Simbolizaban el choque entre dos mundos, entre dos sistemas. El pabellón soviético del arquitecto Borís Iofán se encaraba ostentosamente al pabellón alemán de Albert Speer. Coronado por la impetuosa pareja de un obrero y una koljosiana, obra de Vera Mújina, el edificio se alzaba imponente y vertical, enfrentándose al pabellón alemán, que exhibía a la entrada la monumental escultura *Camaradería*—dos hombres desnudos dándose un apretón de manos—de Josef Thorak. Eran dos arquitecturas, dos sistemas, dos cosmovisiones. Una demostración de fuerza por parte de las dos potencias que determinarían el destino de Europa en los siguientes años.[106]

1937 estaba inmerso en una época de cambios radicales, se vivía el resquebrajamiento del orden internacional establecido en la postguerra y se percibían ya los contornos de una próxima contienda: la campaña de Mussolini en Abisinia, la ocupación de Renania y el rearme del Reich, el espectáculo de los nazis durante los Juegos Olímpicos, los pogromos antijudíos de la «Noche de los cristales rotos», las consecuencias de los Acuerdos de Múnich—la anexión de los Sudetes y el desmembramiento de Checoslovaquia—. En la Unión Soviética aún no estaba consolidada la dictadura estalinista, y la violenta colectivización de tierras había provocado millones de muertos, otros cientos de miles fueron víctimas de la industrialización forzosa y del caos de las purgas. Ese mismo año, España era escenario de una guerra civil, además de campo de pruebas para la próxima contienda—en el pabellón español de la exposición de París, diseñado por Josep Maria Sert, se exponía el *Guernica* de Picasso—. También en Francia se dejaban notar las secuelas de la Gran Depresión; tras años de huelgas generales y marchas de la extrema derecha, el Frente Popular detentaba el poder.



21. Exposición Universal de París en 1937; a la derecha, el pabellón soviético.

En el marco de la escenificación soviética durante la Exposición Universal, la revista *Nuestros logros*, fundada por Maksim Gorki, publicó en 1937 un reportaje del escritor Mijaíl Lóskutov sobre la vida del perfumista Auguste Ippolítovich Michel—al que mencionaban ahora por su patronímico—, que se había quedado en la Unión Soviética, y el reportaje incluía una extensa entrevista que proporcionaba información interesante sobre la industria perfumera soviética.[107] Se trata de una conversación sobre perfumes y sobre los sentimientos de un solitario francés en Moscú durante la época de la Gran Purga y de las farsas judiciales, de la aniquilación de la «guardia bolchevique» y del mando militar, pero sobre todo del apresamiento y la ejecución de cientos de miles de inocentes en un ambiente donde se respira un aire enrarecido por los rumores, las sospechas, las historias conspirativas de espías, saboteadores y quintas columnas, a lo que se suma, en el caso de Michel, el hecho de ser un francés de origen que ha ocupado durante muchos años, como «especialista burgués», un cargo de responsabilidad en el sector perfumero: la combinación perfecta para acabar siendo carne de cañón de las purgas soviéticas.

Mijaíl Lóskutov, el entrevistador, visitó a Auguste Michel en su puesto de trabajo de la fábrica Nueva Aurora (Nóvaia Zariá), situada en el barrio moscovita de Zamoskvoréchie, y ofreció un exhaustivo retrato del personaje: como telón de fondo de la entrevista se divisa el laboratorio en el que se componen y examinan los perfumes. Hasta ahí llegan esencias de todo el mundo para ser mezcladas. Las estancias están repletas de botellas, balanzas químicas, calderas, matraces y ficheros con tarjetas en las que se lee la denominación en latín de las

esencias. Los empleados van de aquí para allá envueltos en sus batas blancas. La barba de Auguste Michel le da un aire al presidente francés Georges Clemenceau. Sus colaboradores se refieren a él, casi cariñosamente, como «nuestro presidente», «nuestro Michel», «presidente del perfume». Ha pasado toda su vida en el mundo del perfume. Michel se lleva a casa las tiras de papel para las pruebas de perfume que tiene en su despacho. Trabaja sobre todo con la nariz. Las sensaciones basadas en el olfato no son menos complejas ni menos refinadas que las basadas en los otros sentidos. El olfato se suele menospreciar, a pesar de ser más intenso y más sutil que el análisis químico más exacto.

El olfato de Michel está entrenado. En el artículo, Lóskutov nos retrotrae a la infancia y la juventud de Michel, que antes de la Revolución trabajó como perfumero en la empresa Brokar & Co. Para la generación más joven—a la que pertenece Lóskutov, nacido en 1902—el nombre de la empresa Brokar forma parte de un pasado muy lejano. Les suena vagamente, tal como como les suenan también los anuncios prerrevolucionarios de la marca de cigarrillos Osman, las cajas de bombones Landrin, los carteles con el eslogan «Yo bebo Van Houten», las galletas de la firma Von Einem y Georges Borman o los frascos de polvos Pluma de Cisne de la casa Brokar & Co. En esta lista se incluyen también productos con nombres como Magnolia, Camelia y Bouquet de la Abuela, creados todos ellos por el maestro Michel en una fábrica que entonces había pasado a ser propiedad de la Unión Soviética.

Lóskutov vuelve la vista a la infancia de Michel, a Cannes, al mundo de los aromas, del deporte y de la adolescencia en la Costa Azul, a las vivencias que convirtieron al hijo de un cerrajero en perfumista. Michel logró librarse del servicio militar, estudió la carrera de Farmacia—habitual para un perfumista—, aprendió los rudimentos del oficio en Cannes, y luego completó su formación en la firma Lamotte de Marsella. Se estableció en Rusia, un país que ofrecía un mercado inmenso para compañías extranjeras de cosmética, perfumes y productos farmacéuticos. En el artículo leemos una vez más la historia de Guénrij Afanásievich Brokar, que asumió el riesgo de empezar desde cero en Rusia, un pionero que logró hacer de un objeto de lujo un producto de masas. Durante la conversación con Lóskutov, Michel menciona los numerosos premios internacionales de la empresa, el papel de Guénrij Brokar como patrocinador y mecenas al poner a disposición del público su colección de arte. Aun así, Michel se distancia del mundo ideal retratado en la edición conmemorativa de Brokar en 1914, donde nada se decía de las huelgas de los trabajadores ni de la revolución de 1905. Lo que se veía allí eran fotos de grupo con toda la plantilla, una jerarquía de gerencia, ingenieros,

contables y trabajadores que simulaba un mundo feliz muy alejado de la realidad de la lucha de clases, y que irradiaba esa autosatisfacción tan típica de la burguesía.

Al final de su reportaje Lóskutov destaca la metamorfosis de Auguste Michel: el «ciudadano de la República francesa» se ha convertido en un leal ciudadano soviético. Es, al mismo tiempo, la historia de la transformación de la empresa de perfumes Brokar en la mayor empresa de perfumes soviética, la transición de la economía privada capitalista a la economía planificada soviética.

Todo comenzó con un percance nada raro en los años tumultuosos de la Revolución y la Guerra Civil. La comunidad francesa ya había abandonado Moscú, pero Michel, que no dominaba el ruso, se quedó en la ciudad. Nacionalizaron la fábrica donde trabajaba y suspendieron la producción porque se necesitaban las instalaciones para imprimir billetes de banco soviéticos. Entonces ocurrió una desgracia: Michel perdió el pasaporte, lo que hizo imposible su regreso a Francia y lo obligó a quedarse en Moscú. Entretanto, en su vieja fábrica se había formado una célula política que envió una delegación a Lenin, y cuando por fin se logró retomar la producción de perfumes recordaron al francés y éste regresó a su puesto de trabajo. Entonces sí habría podido abandonar el país, pero decidió quedarse. Las autoridades soviéticas le ofrecieron un sueldo en divisas, con estancias en balnearios y viajes al extranjero, pero él se sumergió en el trabajo, ahora en una de las fábricas de perfume más grandes del mundo. Conforme a las nuevas directrices, las autoridades soviéticas hicieron también nuevas ofertas a los viejos especialistas burgueses. En la época del primer plan quinquenal (1928-1932) y en el marco de la revolución cultural eran aún víctimas de la «purga de expertos», pero de pronto se volvieron ejemplares valiosos de una exitosa política que puso a la vieja *intelligentzia* al servicio de la Unión Soviética. Michel trabajaba sin pausa, diseñaba para sus frascos modelos en madera inspirados en creaciones de Lalique, Houbigant y Coty. La nueva sociedad de obreros y campesinos debía entender de una vez por todas que los expertos, aunque provinieran de la *intelligentzia*, eran tan insustituibles como la nariz para quien ejerce el oficio de perfumista. Así que el maestro Michel dispuso de laboratorio propio y de aprendices a los que transmitir sus conocimientos. El Estado proletario estaba dispuesto a conceder privilegios al especialista burgués: apartamentos, estancias en balnearios, automóviles y, sobre todo, un mayor prestigio social.

Auguste Michel, el experto burgués salido del mundo de ayer, obtiene ahora, en vísperas del vigésimo aniversario de la Revolución de Octubre, un nuevo y muy importante encargo: crear un perfume a la altura del Palacio de los Sóviets, el *non plus ultra* y la obra maestra

de la ingeniería de la Unión Soviética, un perfume que se llame Palacio de los Sóviets y tenga el aroma de la nueva era, de las innovaciones técnicas, un perfume que esté más allá de la fragancia a violetas, nardos y jacintos. ¿Cómo debe oler el perfume de los increíbles logros en el campo de la técnica y de la ingeniería? ¿Qué fragancia encapsulará el aroma de la era Stalin? Michel vacila, desconfía de la posibilidad de encontrar clientes para un perfume con olor a cemento, acero y argamasa, pero se pone manos a la obra. Su misión es crear un aroma a la altura de los tiempos, al nivel de la construcción más grandiosa de la época: el Palacio de los Sóviets, el parlamento de la nueva sociedad sin clases, un edificio coronado por una escultura que se elevará en el cielo moscovita y cuya cima, a cuatrocientos veinte metros de altura, estará la mayor parte del tiempo oculta entre las nubes.

En el concurso para adjudicar el proyecto participaron cientos de arquitectos, entre ellos Le Corbusier, Erich Mendelsohn, Walter Gropius y los hermanos Vesnín. El resultado debía ser un edificio más imponente que el Empire State Building de Nueva York o el Palacio de las Naciones de Ginebra. Debía ser algo más que una obra monumental, debía ser un símbolo erigido en el mismo lugar donde se alzaba en su día la catedral del Cristo Salvador de Moscú, el mayor templo de la Iglesia ortodoxa rusa, construido en estilo neobizantino en el centro mismo de la ciudad. La catedral había sido demolida en 1932, y en 1937 las obras para la construcción de la torre diseñada por Borís Iofán estaban en plena marcha. Veinte años después de la Revolución de Octubre el Estado soviético presentaba dos nuevos logros: el edificio más alto del mundo y el aroma definitivo de la nueva época, el perfume Palacio de los Sóviets. La maqueta de la torre de Iofán se convirtió en una de las principales atracciones del pabellón soviético de la Exposición Universal de París, pero el perfume nunca se materializó.[108]



22. Maqueta del Palacio de los Sóviets de Borís Iofán.

El comité artístico encargado de examinar la creación de Michel dictaminó que el «perfume de la reconstrucción» no resultaba convincente. Lo descartó y optó por una creación llamada Primero de Mayo, o algo por el estilo, que sin embargo no halló buena acogida entre el público. En la entrevista a Michel, Lóskutov aprovecha para exponerle su queja sobre los miembros del comité artístico, hipócritas apóstoles de la moral que rechazaba perfumes de éxito como Carmen sólo porque recordaba las casas de juego o a mujeres de costumbres ligeras. A ojos de Mijaíl Lóskutov, los miembros del comité artístico eran meros «tartufos que cambian el nombre a las albóndigas en vez de tratar de mejorarlas»; deberían haber prescindido de perfumes pomposos como Primero de Mayo y quedarse con las fragancias florales de los viejos tiempos. Michel le daba la razón: «“Es cierto, le agradezco que lo mencione”, dijo el francés apretándome la mano. Y luego me reveló muchas cosas que le disgustaban en su vida profesional de perfumista». L’Origan y Coty estaban pasadas de moda desde hacía tiempo, pero en la Unión Soviética aún no se habían enterado. Un frasco de Chanel costaba en París cinco mil francos, una suma descabellada. Michel menciona el fantástico incremento de la producción de perfumes en la Unión Soviética, pero añade que no es suficiente y reclama a su vez una gran iniciativa para producir perfumes y construir una enorme fábrica en Tula: «Un equivalente a la estación hidroeléctrica Dniéper de los aromas», es decir, tan ambiciosa

como el entonces recién inaugurado embalse con la central eléctrica más grande del mundo.[109]

Auguste Michel, el especialista de la era del Antiguo Régimen que en medio de las turbulencias de la guerra se quedó en la Unión Soviética, se adaptó a la nueva situación y colaboró en la reconstrucción de la industria perfumera, se beneficia ahora de la tardía rehabilitación de una cultura del perfume y de la cosmética que, en los años inmediatos a la Revolución, seguía siendo denigrada categóricamente como burguesa. La clase social en ascenso, formada por individuos que habían emigrado en masa a las ciudades en la época de la Revolución y forma ya una especie de nueva clase media, reclama y puede permitirse cosméticos, perfumes y ropa fabricados para una clientela numerosa siguiendo las directrices de la economía planificada.

De hecho, a mediados la década de 1930 los visitantes extranjeros y las mujeres de diplomáticos se maravillaban de lo mucho que había evolucionado el mundo de la moda en Moscú. Los escaparates y los sastres de moda les recordaban a los que conocían de París o Nueva York. Veían una moda que muy bien podría haber sido exhibida en Occidente—aunque sólo la veían en los escaparates, no en la vida diaria—. La imagen de la mujer soviética había cambiado: ahora debía ser una madre protectora de su rebaño, si bien podía disfrutar sin mala conciencia de los lujos que merecía, como joyas, complementos y vestidos que anunciaban las revistas de moda de la época—con cabeceras como *El arte de vestir* o *Atelier*—. Ya no se reclamaba lo sencillo y modesto, sino «elegancia, clasicismo, singularidad y exclusividad».[110]

La diseñadora de moda italofrancesa Elsa Schiaparelli, que durante su visita a Moscú quedó sorprendida por la orgía de gasas transparentes y vestidos con remates de pieles, vio cómo su propuesta de vestir ropa sencilla y práctica caía en saco roto. Que algo fundamental había cambiado se podía apreciar en los múltiples desfiles de moda, en los carteles y anuncios, pero sobre todo en la Casa de los Modelos inaugurada en 1935. A este instituto correspondía resolver la compleja cuestión de cómo fabricar con los métodos de la producción masiva—basados en la simplificación, la estandarización y la reducción de costes—un producto sumamente exigente y que requería una costosa elaboración manual. Había que superar la contradicción de una moda que madura en el subconsciente a partir de sensaciones y sentimientos, esto es, algo muy difícil de planificar y que necesita al mismo tiempo someterse a un plan de producción fijado de antemano. La moda, y a ella pertenecían los perfumes, ya no era una espontánea e impredecible «anticipación de lo venidero» (Walter Benjamin), sino la materialización de un proyecto a largo plazo basado en «fundamentos científicos» y no en la «anarquía del

mercado». El vigente sistema de planificación contradecía la moda como proceso:

La poderosa burocracia, implantada durante el estalinismo y que dirigía la industria mediante un sistema rígido, de estructura jerárquica y totalmente centralizado, decidía también cómo había de funcionar la moda, y así fue hasta el final del socialismo. Las fábricas estatales del textil, cuyas actividades seguían principios jerárquicos, no satisfacían las necesidades de los clientes, sino las de unos gestores que dependían a su vez de la asignación de recursos y de directrices para su planificación.[111]

Las largas colas delante de las tiendas de ropa formaron parte de las experiencias cotidianas de los ciudadanos soviéticos a lo largo de toda su vida, así como también la eterna confrontación con la irracionalidad de un sistema sumamente inflexible que había abolido la ley de la oferta y la demanda, y que incluso lograba la hazaña de ofrecer, sistemática y sumisamente, ropa de verano en invierno y ropa de invierno en verano, además de producir aromas totalmente ajenos a los gustos de los consumidores.

La industria perfumera también se había reorganizado al dictado de la economía planificada. Impulsada por el plan quinquenal, tuvo que transformarse—en palabras de Auguste Michel—en una gran central como la hidroeléctrica Dniéper, la más grande de Europa, construida entre 1927 y 1932. Michel había fundado una «escuela soviética del perfume», cuyos alumnos marcaron los pasos a seguir: Pável V. Ivánov y Alekséi V. Pogudkin. Walter Benjamin ya había señalado en su día que la reorganización de la moda según un plan económico podía ciertamente aumentar las toneladas de ropa producidas y el número de consumidores, pero a un alto precio: la muerte de la moda como manifestación más sensible de los estados de ánimo de una sociedad, como «anticipación de lo venidero»: «¿Muere quizá la moda, en Rusia, por ejemplo, por el hecho de que ya no puede seguir el ritmo, al menos en ciertos terrenos?».[112]

Se ignora qué fue de Auguste Michel en 1937. Su rastro se pierde y sólo queda lugar para las especulaciones. Tal vez siguió viviendo en la Unión Soviética con otro nombre—se había casado con una ciudadana soviética—, o quizá abandonó Moscú y fue «engullido» por el anónimo y extenso campo ruso. Aunque es posible que su desaparición tuviera que ver con las represiones de la Gran Purga. Michel era extranjero, tenía ciudadanía rusa y francesa. Era un especialista extranjero que podía fácilmente resultar sospechoso y ser acusado de espía, saboteador o agente de una potencia enemiga. Pertenecía a la clase burguesa, trabajaba además en el sector del lujo, razones más que suficientes para estar predestinado a desaparecer. Tampoco está claro lo que sucedió con Andréi Yevséiev, el principal colaborador de Michel, el diseñador que lo acompañó cuando dejó Brokar para trabajar en Nóvaia Zariá.[113]

Sí se conoce el destino de Mijaíl Lóskutov, el contertulio de Auguste Michel. A juicio de Konstantín Paustovski, Lóskutov era un talentoso escritor de la joven generación. Había nacido en 1902 en Kursk, era miembro de la Asociación de Escritores y vivía—su último domicilio conocido—en el número 3 (apartamento 2) de la calle Karetni Pereúlok. Fue detenido el 12 de enero de 1940. El Consejo Militar del Tribunal Superior lo condenó a muerte por «participación en actividades contrarrevolucionarias de una organización terrorista». Lo fusilaron el 28 de julio de 1941, es decir, poco antes de que los alemanes invadieran la Unión Soviética: ante la inminente llegada del ejército enemigo, el NKVD se apresuraba a matar a los prisioneros.[114]

El pabellón de la URSS de la Exposición Universal de 1937 mostraba un amplio panorama del modo de vida soviético que incluía el diseño, la moda, la cosmética y los complementos. A París habían llegado las personalidades más importantes del mundo de la moda y del diseño soviéticos. Auguste Michel podría haberse encontrado allí fácilmente con Ernest Beaux, quien, como todos aquellos que tenían algo que ver con los círculos rusos en Francia, no perdería ocasión de visitar un certamen tan espectacular—en el programa de las actividades previstas en el recinto ferial bajo la Torre Eiffel figuran también los sucesores de la compañía de Diáguilev—. La maqueta del palacio de cuatrocientos veinte metros de altura era una de las grandes atracciones de la muestra. Pero faltaba el aroma previsto para la ocasión. En vez de ello, un perfume llamado Moscú Rojo recibió la máxima distinción en la feria Allunion de la Industria Ligera, celebrada en 1939 en el nuevo recinto moscovita de la Exposición de los Logros de la Economía Nacional (VDNJ). El cartel publicitario diseñado por Alekséi Volter mostraba imágenes gigantescas de los frascos con el trasfondo de las torres del Kremlin, como si quisiera exhibir la fusión absoluta del perfume con el centro del poder.[115]

EL SEDUCTOR AROMA DEL PODER
COCO CHANEL Y POLINA ZHEMCHÚZHINA-MÓLOTOVA, DOS CARRERAS DEL SIGLO XX

Un acontecimiento histórico—la Revolución rusa—fue el causante de que a partir del prerrevolucionario Bouquet Préféré de l'Impératrice se desarrollaran Chanel № 5 y Moscú Rojo. La desviación de las líneas paralelas se encarna en las biografías de los perfumistas Ernest Beaux (París) y Auguste Michel (Moscú), y se materializa en las diferentes líneas de producción de, por un lado, una empresa privada llamada Chanel y, por el otro, un trust estatal soviético de nombre TeZhé. Ambos representaban el ansia de belleza en tiempos de guerra y de penuria, así como el deseo de romper con un mundo ya caduco.

Tampoco los perfumes pueden sustraerse al seductor entorno del poder en que están inmersos. De esta relación entre el universo de los perfumes y el aura del poder nos ocuparemos en las siguientes páginas.[116] No es necesario defender su existencia, simplemente hay que ponerla al descubierto.

No lo sabemos todo, aunque sí mucho sobre Coco Chanel y el mundo en que vivió. Pero ¿qué sabemos de ese mundo envuelto en los aromas de la empresa Nóvaia Zariá y, sobre todo, de su producto más ilustre: el perfume Krásnaia Moskvá, 'Moscú Rojo'? Coco Chanel era demasiado conocida e importante como para ser ignorada. Sobre Polina Zhemchúzhina-Mólotova sabemos, si acaso, que fue la mujer de Viacheslav Mólotov, el ministro de Asuntos Exteriores soviético, o que pasó cinco años en el destierro durante el régimen estalinista; pero ignoramos que desempeñó un papel fundamental en el desarrollo del sector perfumero y cosmético de la URSS.[117]



23. Polina Zhemchúzhina en su escritorio.

Gabrielle Chanel, nacida el 19 de agosto de 1883 en la provincia francesa y criada también allí, entró pronto en la órbita de la alta sociedad, no por interés en la política, sino porque como pareja de hombres ricos e influyentes acabó siendo introducida en los círculos del poder.[118] A ojos de estos hombres era sólo un complemento, pero ella nunca renunció ni a su criterio ni a su independencia; más bien se servía de los hombres, aunque sólo fuera para apropiarse de su mundo y de sus experiencias a modo de inacabable escuela de una vida social muy alejada de la suya, y para interiorizar las formas de comportamiento propias de los círculos cosmopolitas. A la vera de sus amantes, esta mujer bella e ingeniosa, leidísima y sarcástica tuvo la inesperada suerte de codearse con los poderosos y de aprender a moverse en su ambiente: en las cacerías que organizaba Étienne Balsan en el palacio Royallieu, cerca de Compiègne; como novia del *dandy* británico Boy Capel—amigo de Clemenceau—, gracias al cual ella empezó a frecuentar el elegante mundo de Deauville, Biarritz y París, donde conoció además al duque de Westminster («Bendor»), el hombre más rico de Gran Bretaña. A lo largo de muchos años Chanel era una habitual de las mansiones de la aristocracia inglesa, vivía a caballo entre París y el piso que tenía en Mayfair. Aparece en muchas fotos al lado de Winston Churchill, que la adoraba y con quien mantuvo un contacto estrecho y lucrativo. Samuel Goldwyn la llevó a Los Ángeles, donde no sólo pudo vestir a las estrellas de Hollywood, sino también estudiar el funcionamiento del moderno mercado de consumo de masas. Ya como diseñadora famosa, recibió al príncipe de Gales, Eduardo VIII, con quien acabó tuteándose. Acogió en su villa a un Románov, con quien no sólo compartía lecho, sino también una reaccionaria visión del mundo. Ella era un icono del estilo oficialmente apolítica, pero comulgaba con el ideario de los círculos en los que se movía en la época de entreguerras y, especialmente, cuando el gobierno del Frente Popular subió al poder. Consideró como una afrenta personal la huelga que llevaron a cabo sus costureras para exigir mejor sueldo y se vengó cerrando todas sus tiendas al comienzo de la guerra y poniendo a los empleados de patitas en la calle.



24. Gabrielle Chanel con camiseta de rayas marinera en compañía de su perro.

Su colaboración con los alemanes durante la ocupación entre 1940 y 1944—actualmente tan escandalosa—fue para ella, que se consideraba independiente y desinteresada en cuestiones políticas, una mera continuación de lo que siempre había hecho. Se lamentaba de la derrota de Francia y de la entrada de los alemanes en París, pero siguió su camino: tan sólo habían cambiado las condiciones.[119] Continuó viviendo en su suite del hotel Ritz, en place Vendôme, que era a su vez residencia privilegiada de los altos mandos del régimen de ocupación y de los ilustres visitantes que llegaban de Alemania. Se sentaba a la misma mesa que los nazis, cenaba con ellos en los comedores que, a pesar de la guerra, seguían ofreciendo los platos más selectos. Y el nuevo amante a su lado, un hombre guapo y distinguido, era precisamente alemán: el barón Hans Günther von Dincklage, a quien ya conocía de antes de la ocupación. Ahora trabajaba para el Servicio de Inteligencia y Seguridad del Tercer Reich en Francia, era agregado especial de la embajada alemana y responsable del espionaje y la propaganda. Chanel frecuentó la intensa vida social germano-francesa, con sus habituales *vernissages*, cenas de gala y recepciones. Viajó en dos ocasiones a Berlín para tratar de liberar al hijo de su hermana, deportado a un campo de trabajos forzados del Reich, y ofreció sus servicios a la hora de establecer una vía de comunicación con altos representes políticos de Gran Bretaña, uno de los cuales era un amigo de los viejos tiempos que entretanto había sido nombrado

primer ministro y se había convertido en el enemigo más encarnizado del régimen hitleriano: Winston Churchill. La misión trataba de sondear, ya hacia el final del Reich, la posibilidad de sellar una paz bilateral entre Alemania e Inglaterra y de reorientar la lucha contra los bolcheviques. Chanel se reunió en Berlín con Walter Schellenberg, de la Oficina Central de Seguridad del Reich, y se alojó en la zona de huéspedes de la villa que Ernst Marlier encargó construir al arquitecto berlinés Paul Baumgarten a orillas del Wannsee, justo donde se decidió la «solución final de la cuestión judía».

La colaboración de Chanel con los alemanes no es un rumor. Ha sido corroborada por testigos de la *Résistance*, por actas procesales de juicios celebrados tras la liberación de París y por documentos de las autoridades alemanas.[120] No está claro si las actividades de Chanel perjudicaron seriamente a alguna persona. Pero más grave resulta la mera existencia de una cohabitación y una colaboración silenciosas, naturales y cotidianas que otorgaban apariencia de normalidad a unas fuerzas de ocupación que reprimían cruelmente la resistencia y que, con la ayuda del régimen de Vichy, enviaron a la muerte a decenas de miles de judíos. La vida de la metrópolis seguía su curso, sólo había cambiado ligeramente el personal: ahora estaba compuesto en gran parte por alemanes cultivados que hablaban un francés fluido, que habían sentido desde jóvenes gran entusiasmo por la cultura francesa y no podían concebir una Europa sin ella. Entre ellos había excelentes conocedores y admiradores de Francia, un personal difícil de encontrar en las ciudades de la Europa oriental ocupada por los nazis: diplomáticos sumamente cultivados, como Otto Abetz o el recién mencionado Hans Günther von Dincklage, destacados escritores como Friedrich Sieburg, el autor de *Gott in Frankreich* ('¿Dios es francés?', 1929) que había transmitido a los alemanes el encanto de la cultura francesa, o el escultor Arno Breker, que mantenía un estudio en París y acompañó a Hitler en un paseo matutino por las calles de la capital durante su visita del 23 de junio de 1940. En la época de la ocupación Breker se hizo alojar en un edificio «ario», situado en la Île Saint-Louis, que pertenecía a Helena Rubinstein, la inventora de los salones de belleza y fundadora de una empresa de cosmética reconocida en todo el mundo.[121]

La «colaboración» de celebridades de la sociedad parisina suponía una enorme inyección de prestigio para las autoridades alemanas. Y no siempre colaboraban bajo presión; Jean Cocteau o Serge Lifar, por ejemplo, no ocultaron nunca su admiración por los guapos hombres de uniforme negro y fueron incapaces de ayudar a un viejo compañero de fatigas, Max Jacob, cuando su vida corría peligro: acabó muriendo en el campo de internamiento de Drancy, y sus hermanos fueron asesinados en Auschwitz.[122]

París, el lugar soñado del alemán culto, el *summum* de la elegancia, estaba ahora ocupada por soldados alemanes y miembros de los servicios de inteligencia. Los Campos Elíseos acogían desfiles militares que celebraban la victoria alemana, y el Führer fue retratado con la Torre Eiffel al fondo, en la madrugada, con la ciudad vacía, para captar el momento del triunfo y la humillación. La ciudad que había dado refugio ya no a los rusos que huían de la Guerra Civil, sino a disidentes alemanes de todo pelaje y profesión—judíos, comunistas, socialistas y burgueses cuya vida peligraba en la patria—se convertía ahora en una pesadilla para ellos y, al mismo tiempo, en un paraíso para los soldados rasos que habían tenido la fortuna de no ser enviados al frente del Este.[123]

En Francia, más aún en París, seguía existiendo lo que se había perdido hacía mucho en el Reich: una vida mundana con cafés, cines, tiendas, vino, queso y… perfumes. El perfume se convertía en el principal detalle que los soldados enviaban a sus novias, un frasco práctico y compacto, el aroma de París embriagando la provincia alemana, un pedazo del gran mundo en tiempos de amenazadoras noches de bombardeo. No extraña que los soldados acudieran en masa a rue Cambon 31 para acopiarse de perfumes en la boutique Chanel.

El período de ocupación le brindaba a Chanel la oportunidad de cobrarse una vieja deuda pendiente. En 1924 había firmado un contrato que cedía la mayor parte de los derechos de explotación comercial de Chanel Nº 5 a la empresa de los hermanos Pierre y Paul Wertheimer. La operación aseguraba el éxito del perfume más allá de las fronteras francesas, en especial en Estados Unidos, pero Coco Chanel estaba convencida de que la habían engañado en la negociación y pedía que se revisara el contrato. La ocupación alemana le allanaba ahora el camino para pleitear contra los hermanos Wertheimer y recuperar parte del negocio; era la variante francesa de «arinización». Para ello echó mano de sus relaciones con abogados y políticos del régimen de Vichy. Chanel no ocultó nunca su antipatía hacia los judíos. No le gustaban, ya fuera porque las monjas la habían educado así o porque, influenciada por los emigrantes monárquicos rusos, se creyera la teoría del complot entre judíos y bolcheviques, o bien porque estaba verdaderamente convencida de que sus socios, que eran judíos, la habían estafado. Y ello a pesar de que los nuevos métodos de venta de los hermanos Pierre y Paul Wertheimer habían convertido su perfume en un éxito de ventas en Estados Unidos: en la base del pabellón de cosmética de la Exposición Universal celebrada en 1939 en Nueva York—bajo el lema «El mundo del futuro»—se había esculpido un frasco de Chanel Nº 5. Era la víspera de la Segunda Guerra Mundial.[124]

Chanel sabía muy bien lo que le esperaba con la llegada a París de

los estadounidenses y de las tropas de Charles de Gaulle. Miles de chicas y mujeres que habían tenido relaciones con alemanes fueron acusadas de *collaboration horizontale*, paseadas por las calles, humilladas y condenadas. Pero no así Coco Chanel, quien, tras ser retenida un tiempo en el Ritz, sólo fue interrogada brevemente por un comité de la Depuración legal; es otra curiosa ironía de la vida que fuera precisamente una carta de Winston Churchill la que la libró de sentarse ante un juez. Chanel se refugió en Suiza a la espera de que se calmaran las aguas, retomó allí sus relaciones con los alemanes—Hans Günther von Dincklage y Walter Schellenberg—y preparó su regreso al escenario parisino. A mitad de la década de 1950 pudo celebrar su reaparición.[125]

Para relatar la vida y el destino de Polina Zhemchúzhina-Mólotova es necesario indagar más a fondo, ya que apenas queda rastro de ella en la percepción y la memoria de Europa occidental. Aún no se ha escrito la biografía de esta mujer realmente digna de atención.[126] En la Unión Soviética muchos conocían al menos su nombre y su destino, la relacionaban con algo espectacular. Algunos judíos soviéticos sabían que había estado involucrada en un caso especial. Aunque era la mujer de Viacheslav Mólotov, el segundo hombre más poderoso del Estado después de Stalin, fue detenida y condenada en 1949 bajo la acusación de mantener contacto con círculos sionistas. Pasó cinco años en el destierro antes de ser liberada, justo después de la muerte de Stalin, por orden de Lavrenti Beria, el jefe de los servicios secretos soviéticos.

Pero no sólo era la esposa de un destacado funcionario del partido y hombre de Estado; su figura está íntimamente ligada a la reconstrucción de la industria perfumera y cosmética soviética. Y, por lo visto, fue también responsable de que al frasco del Krásnaia Moskvá, el más popular de los perfumes soviéticos, le pusieran un tapón con la forma de una de las bulbosas cúpulas del Kremlin.[127]

Los orígenes de Polina Zhemchúzhina hay que buscarlos en los empobrecidos entornos del *shtetl*. Era hija del sastre Salomón Karpovski y nació el 28 de febrero de 1897 en Polohy, asentamiento de la gobernación de Yekaterinoslav, en la región de Zaporiyia, hoy día perteneciente a Ucrania. A partir de 1910 trabajó en una fábrica de tabaco de Yekaterinoslav, la actual Dnipró, nudo de la red ferroviaria, centro industrial y financiero en el sur del Imperio ruso y, con una población judía de más del cuarenta por ciento, uno de los núcleos de la vida judía en la así llamada «zona de asentamiento». En 1917, año de la Revolución, trabajaba de cajera en una farmacia. Pasó la Guerra Civil en la casa familiar, a diferencia de su hermana y su hermano, que emigraron a Palestina, por entonces bajo mandato británico. Su hermano se estableció más tarde en Estados Unidos,

donde, con el nombre de Sam Karp, se convirtió en un rico hombre de negocios y asesor del gobierno soviético en el establecimiento de relaciones comerciales y en la compra de buques de guerra. Llegó incluso a suministrar armamento militar a la URSS a través de su empresa Car Export and Import Corporation. Con su hermana, que se quedó en Palestina, Polina mantuvo correspondencia regular hasta el año 1939.

Si reunimos toda la información dispersa que existe sobre Polina Zhemchúzhina podemos completar el siguiente cuadro. En 1949, cuando durante el interrogatorio que siguió a su detención le echaron en cara haber cambiado su nombre, ella declaró que lo único que había hecho era traducir *perl*—'perla' en yidish—al ruso—*zhemchúzhina*—, algo común y corriente en aquellos años. En 1918 se alistó en el Ejército Rojo e ingresó en el Partido Obrero, donde trabajó como responsable de adoctrinamiento y propaganda bolchevique, y estuvo al mando de una célula. En 1919 la enviaron a Járkov en misión clandestina; poco después le proporcionaron documentación oficial con el nombre de Polina Semiónovna Zhemchúzhina, para que pudiera proseguir su labor en Ucrania. Entre 1919 y 1920 ejerció de instructora para tareas femeninas en el Comité Central del Partido Comunista de Ucrania, entre 1920 y 1921 dirigió la sección femenina del Comité Municipal de Zaporiyia, y de 1921 a 1920 fue instructora del Comité Local de los Bolcheviques en el distrito moscovita de Rogosh-Simónov. Todos estos datos nos hablan de una joven de ánimo resuelto y especialmente comprometida con la causa de la mujer, en medio de las turbulencias de la Guerra Civil y en una región del imperio que fue arrasada varias veces por ambos bandos y sufrió además espeluznantes pogromos contra los judíos, casi siempre por parte del Ejército Blanco. Tal como señala Yuri Slezkine en *Das jüdische Jahrhundert* ('El siglo de los judíos'), las dos opciones más obvias para una mujer como ella eran emigrar a Palestina, a América, o bien involucrarse en la lucha por el poder político en el propio país.[128] Polina Zhemchúzhina se sumó a los bolcheviques cuando su triunfo no era nada seguro, una decisión no exenta de riesgo y peligro.

En el curso de su activismo por la causa de la mujer, Polina Zhemchúzhina participó en un congreso en el que debió de impresionar a un ya por aquel entonces alto mandatario bolchevique, Viacheslav Mólotov, con quien se casaría en 1921. Ingresaba así automáticamente en el círculo más cercano al poder. Vivió primero junto a su marido y al matrimonio Stalin en una suerte de vivienda comunitaria, y pasó mucho tiempo antes de que pudiera estrenar piso propio—al otro lado del pasillo—. Polina era muy amiga de Nadia—en realidad Nadiezhda—, la segunda esposa de Stalin, una mujer también muy lúcida y comprometida políticamente. Más adelante, en

el curso de un banquete, Nadia fue abroncada con rudeza por Stalin, tras lo cual abandonó la sala y se disparó con un revólver. Svetlana Allilúieva, la hija de Stalin—que visitó a Polina Zhemchúzhina en la década de 1950 cuando ésta regresó de su destierro en la ciudad kazaja de Kostanái—, relató en sus memorias lo que sucedió poco antes del suicidio de Nadiezhda:

En el banquete también estaba Polina Semiónovna (Zhemchúzhina). Todos fueron testigos de la discusión y vieron a mamá salir de la sala, pero nadie le dio importancia. Sólo Polina Semiónovna se levantó con mamá de la mesa para no dejarla marchar sola. Salieron a tomar el aire y dieron un par de vueltas alrededor del Kremlin hasta que mamá recuperó la calma.[129]

Después del suicidio, Polina fue una de las primeras personas en ser llamadas para acudir al lecho de muerte de la mujer de Stalin.

Zhemchúzhina dedicó la década de 1920 a obtener una buena formación profesional. Se inscribió en las Facultades de los Trabajadores, primero en la Segunda Universidad Estatal de Moscú (1923) y luego en la Primera Universidad Estatal (1925), y más adelante estudió en la Facultad de Economía del Instituto Plejánov de Moscú. Muy pronto asumió cargos de responsabilidad: como secretaria de célula de partido (1927-1929) y como directora de la empresa perfumera Nóvaia Zariá (1930-1932). Desde 1932 hasta 1936 dirigió TeZhé, el trust estatal de perfumería. Siguieron otros puestos directivos en el Comisariado del Pueblo para la Industria Alimentaria y, a partir de 1936, estuvo al mando de la Sección Principal de Perfume y Cosmética perteneciente a la Industria Sintética y del Jabón; en noviembre de 1937 fue nombrada Vicecomisaria del Pueblo para la Industria Alimentaria de la URSS.



25. Polina Zhemchúzhina en agosto de 1939.

El 19 de enero de 1939, como fruto de la reestructuración del Comisariado del Pueblo para la Industria Alimentaria, nació el Comisariado del Pueblo para la Industria Pesquera. Polina Zhemchúzhina fue puesta al frente; se convirtió en la primera y única mujer en toda la historia de la URSS en alcanzar un rango similar. Parece ser que la nombró el propio Stalin venciendo la resistencia de Mólotov, tal como reveló el marido de Polina en una entrevista a Féliks Chúiev.[130] En marzo de 1939 Zhemchúzhina fue designada candidata al Comité Central del Partido Comunista. Accedía así al centro del poder en un año en que, con la celebración del 18.º Congreso del Partido, se daba por finalizada la Gran Purga—la *yezhóvschina* de 1937 y 1938—, al tiempo que se anunciaban decisiones importantes en la política exterior. En este congreso pronunció Stalin su célebre «discurso de las castañas», en el que declaraba que, tras la capitulación de las potencias occidentales en la Conferencia de Múnich de 1938 y el fracaso de un sistema de seguridad conjunto con Inglaterra y Francia, no estaba dispuesto a «sacar las castañas del fuego», es decir, continuar en solitario la lucha contra la Alemania de Hitler. Y el 10 de agosto de 1939 el Politburó del Comité Central del Partido Comunista decidió examinar todos los documentos relacionados con Zhemchúzhina.

En noviembre de 1939, de forma sorpresiva, Zhemchúzhina fue cesada como Comisaria del Pueblo para la Industria Pesquera y se la nombró directora de la Sección de Textiles y Complementos de Moda de la Industria Ligera de la RSFSR. En febrero de 1942, en la conferencia del partido también se la destituyó de su condición de candidata al Comité Central, lo cual suponía una considerable pérdida de estatus y una degradación. Desde octubre de 1946 hasta 1948 fue jefa de la Administración Central de Complementos de Moda en el Ministerio de la Industria Ligera de la URSS, y más adelante, hasta su detención el 26 de enero de 1949, formó parte de la reserva de cuadros del Ministerio de la Industria Ligera de la RSFSR. El 29 de diciembre de 1949 fue condenada a cinco años de destierro, el 21 de enero de 1953 se ratificó la condena, el 23 de marzo de 1953 salió de la cárcel y el 25 de marzo fue rehabilitada por decisión de un Consejo Especial del Ministerio del Interior. Ese mismo año se jubiló.

Algo debió de pasar entre los años 1938 y 1939 para que Zhemchúzhina fuera apartada de los círculos de poder, algo que no salió a relucir pero que, desde la perspectiva actual, desempeñó un papel central diez años después: tal vez fueran sus relaciones en el extranjero y con representantes del extranjero en la Unión Soviética: por un lado, el contacto que seguía manteniendo con su hermano y con su hermana en Estados Unidos y Palestina, y por otro, su asiduo

trato social con representantes del cuerpo diplomático, en especial con Marjorie Davies, la esposa de Joseph Davies, el embajador de Estados Unidos en Moscú.[131]

Como muchos diplomáticos y mujeres de diplomáticos, Marjorie Davies solía recorrer las tiendas de anticuarios de la capital, rebosantes aún de las dispersas riquezas de una aristocracia expropiada, diezmada, y que se hallaba repartida por todo el mundo, o los mercados y bazares donde podían encontrarse cuadros de maestros flamencos, porcelana de Meissen y Sèvres, muebles de Röntgen o costosísimas pieles. No podemos descartar que, en ocasiones así, una relación de amistad condujera a conceder algún que otro favor a la hora de adquirir los «objetos de deseo». Algo que normalmente sería inofensivo podía resultar sumamente peligroso en el contexto de las purgas y de la obsesión por ver espías en todas partes. Ya sólo mantener contacto con familiares en el extranjero—aunque éstos hubieran emigrado antes de la Revolución—podía ser muy arriesgado.[132] En estas circunstancias, las más simples formas de sociabilidad eran objeto de sospecha y, por lo visto, tampoco Polina Zhemchúzhina se libraba de la vigilancia. Las recepciones que organizaba la embajada de Estados Unidos en la Casa Spasso eran famosas por su opulencia, verdaderos puntos de encuentro de lo mejorcito de Moscú; aparecen mencionadas en las memorias de diplomáticos—por ejemplo, en las de George F. Kennan—y también en obras literarias—*El maestro y Margarita* de Mijaíl Bulgákov—. El propio embajador Joseph Davies escribe admirado sobre la relación amistosa de «madame Mólotov» y su mujer Marjorie, invitada a la dacha de los Mólotov para un *lunch* de mujeres:

Marjorie en el *lunch* de madame Mólotov. Muy curioso: una reunión de mujeres de comisarios que trabajan como especialistas técnicas, médicas y directoras de fábricas.

Madame Mólotov, la esposa del primer ministro, es miembro del gabinete; ha sido comisaria de pesca y ahora es comisaria de cosmética. Una mujer singular. La manera como ha logrado montar las elegantes tiendas de perfume y los salones de belleza revela gran talento organizativo. Tanto ella como el resto de las mujeres, todas de talante muy serio—ingenieras, médicas, etc.—, muestran interés por Marjorie, sobre todo porque ella misma, en su destacada posición, también se interesa por cuestiones específicas de sus trabajos, además de ser también una mujer «trabajadora». Según me entero ahora, la idea de organizar una reunión sólo para mujeres es algo absolutamente novedoso en la Unión Soviética.[133]

También la mujer del embajador quedó impresionada por «madame Mólotov»:

El día que visitamos la fábrica de perfumes, cremas faciales, etcétera (una de las cuatro que ella dirige), la señora Mólotov nos invitó a un *lunch* en su casa. Aceptamos con mucho gusto. Cuando llegó el día de la cita, salimos a las afueras, atravesamos los bosques de Rubliov durante una hora, dejando atrás grandes villas, hasta que finalmente llegamos a una valla verde vigilada por soldados. La puerta

estaba abierta y en el camino hasta la casa había más vigilantes.

La casa es moderna, grande, pero para nada un palacio, ni por fuera ni por dentro, en realidad es bastante sencilla. Decorada con buen gusto, pero no especialmente acogedora, aunque todo parece confortable. Vestíbulo, escaleras amplias, guardarropa, etcétera. El salón es espacioso. No hay ni fotografías ni adornos. El comedor es grande y tiene enormes ventanas de dos hojas. La mesa está decorada con macetas—de unos ocho centímetros de diámetro—de ciclámenes, y en el suelo hay ocho o diez macetas con lilas comunes y blancas, preciosas y llenas de flores.

También estaban presentes la mujer de George F. Kennan, la secretaria de Marjorie Davies, Edith Wells, y las esposas de destacados funcionarios soviéticos, como Vlas Chubar, Nikolái Krestinski y Borís Stomoniákov, que no tardarían en desaparecer en las purgas. La comida fue exquisita y se sirvieron muchos platos.[134] En una carta posterior, del 10 de septiembre de 1938, Joseph Davies le escribió al propio Mólotov tratándolo de «querido primer ministro» y le explicaba:

De mi estancia en Rusia siempre recordaré con el más vivo de los agradecimientos la simpatía recibida por parte del maravilloso pueblo ruso, así como las múltiples muestras de cariño y amabilidad que me han obsequiado los representantes del gobierno de la Unión Soviética.

En un sobre aparte le he enviado un ejemplar, dedicado personalmente, del catálogo de la colección de cuadros rusos que he podido reunir y adquirir con ayuda de su gobierno, y que ahora pretendo donar a mi antigua *alma mater*, la Universidad de Winsconsin.[135]

Polina aparece también en otros lugares en los que la *nomenklatura* cultiva sus formas de sociabilidad al más alto nivel: existen fotos sacadas en la dacha que tenían los Mólotov en Sosnovi Bor, a orillas del río Moscova, donde se la puede ver acompañada de su hija, bañándose y trenzando una corona de nenúfares; también aparece el propio Mólotov junto a Aleksandr Arósev—escritor y destacado diplomático cultural soviético que sería detenido y asesinado en 1938 —, chapoteando como niños en el agua o sumidos en profundos debates sobre literatura y cultura.[136]

Lo que era habitual en tiempos normales—contactos regulares con Estados Unidos—se convirtió durante el período de las purgas en un delito que podía costar la vida. Los años 1935 y 1936 se caracterizaron por unos contactos extraordinariamente intensos con Estados Unidos. Fue el apogeo del «americanismo soviético» (Hans Rogger). Se enviaban delegaciones a un «Nuevo Mundo» que, mucho más que el «Viejo Mundo», era visto como punto de referencia. Ingenieros rusos analizaban la construcción de centrales hidroeléctricas y rascacielos, arquitectos visitaban las obras del proyecto más ambicioso del New Deal: el Rockefeller Center de Nueva York. Los autores más populares de la Unión Soviética—Iliá Ilf y Evgeni Petrov—recorrían el país y publicaban reportajes de viaje en las revistas y los periódicos más vendidos de su país.[137] Anastás

Mikoián viajó a Estados Unidos al frente de una gran delegación con objeto de estudiar de primera mano la industria conservera, la producción de alimentos, el «fordismo» en los mataderos de Chicago y el funcionamiento de los establecimientos de comida rápida. Aún en 1939 la Unión Soviética levantó un pabellón espectacular en la Exposición Universal celebrada en Nueva York.[138]

Para la carrera de Polina Zhemchúzhina ese año supuso un antes y un después. En junio de 1939 fueron detenidos varios altos cargos con los que trabajaba estrechamente: el dermatólogo Iliá Belájov, director del trust de la Industria Perfumera (Glavparfiumerprom); Sliosberg, director del trust de Alimentación, Aromatizantes y Aceites (Glavpischearomatmaslo), así como las hermanas médicas Yulia y Nadiezhda Kanel. Los detenidos fueron torturados en el llamado «nido de víboras» y obligados a firmar confesiones redactadas por sus verdugos. Antes de ser fusilado, Belajov hizo constar en el protocolo: «Me pegaron y me exigieron que confesara que soy espía y vivía con la ciudadana Zhemchúzhina. No podía difamar a la mujer, ya que era mentira, además, soy impotente de nacimiento». Bogdán Kobúlov, el verdugo que llevó a cabo el interrogatorio por orden de Beria, admitió más adelante haber golpeado personalmente a Bejalov:[139] «Trataba de obtener una confesión sobre la labor enemiga y sobre el carácter de sus relaciones con una familiar de un dirigente del partido y del gobierno, tal como me había encargado Beria».

El 10 de agosto de 1939 el politburó tomó una decisión «sobre la camarada Zhemchúzhina»:

1. Se ha determinado que la cam. Zh. ha cultivado relaciones de forma imprudente y, debido a ello, en su entorno existían no pocos elementos del espionaje enemigo, pues ella facilitó de forma involuntaria las acciones de espionaje.

2. Se ha determinado que es necesario examinar cuidadosamente todos los materiales pertenecientes a la cam. Zh.

3. La cam. Zhemchúzhina no puede seguir ejerciendo el cargo de Comisaria del Pueblo de la Industria Pesquera. Estas medidas serán adoptadas de forma sucesiva.

El 21 de noviembre de 1939 se ratificó el nombramiento de Zhemchúzhina como Directora de la Administración Central de la Industria de Complementos de Moda, lo que significaba un descenso de nivel: de representar a la Unión pasaba a representar a la República.[140] En el pleno del Comité Central celebrado la víspera de la 18.º Conferencia del Partido—a principios de 1941—, se dio otro paso más con la expulsión de varios destacados candidatos, entre ellos al antiguo comisario de Asuntos Exteriores Maksim Litvinov y la propia Polina Zhemchúzhina. La intervención de ésta en el pleno causó profunda impresión a Dmitrov, a juzgar por la anotación del 20 de febrero de 1941:

El asunto Zhemchúzhina fue el que causó mayor impacto. (Habló muy bien. «El partido me condecoró, premió mi buen trabajo, pero he sido descuidada: mi

subdirector [en el cargo de Comisaria de Pueblo de la Industria Pesquera] y una amiga han resultado ser espías. Ni siquiera adopté las mínimas medidas de seguridad, pero he aprendido la lección. Declaro que hasta el final de mis días trabajaré de forma honesta como bolchevique»). En la votación hubo una abstención (Mólotov). Tal vez porque es su marido, pero aun así no fue correcto.

También Jruschov recordaba la intervención de Zhemchúzhina y la crítica de muchos miembros del Comité Central a Mólotov, que, con su abstención, antepuso cuestiones personales a la razón de partido.[141]

Según la versión de los historiadores Oleg Jlevniuk y Stephen Kotkin, el 10 de agosto de 1939 Stalin dio permiso para que se abriera un proceso a los «elementos del espionaje enemigo» en el entorno de la mujer de Mólotov, pero indicó a su vez que se limitara a degradar a Zhemchúzhina. Tanto Jlevniuk como Kotkin lo interpretan como una llamada de atención a Mólotov, el marido de Zhemchúzhina.[142] En cualquier caso, resulta obvio que, en la época tensa y extremadamente delicada de la Gran Purga, las relaciones de Zhemchúzhina con estadounidenses podían resultar comprometedoras, y sin duda influyeron en su degradación de 1939. El asunto volvería a desempeñar un papel importante en la detención de Polina Zhemchúzhina en 1949. Pero en la recepción de Año Nuevo de 1939 celebrada en el Kremlin, Zhemchúzhina y Mólotov aún se sentaban al lado de Stalin.

Cuando los alemanes invadieron la Unión Soviética, y durante toda la guerra, Polina Zhemchúzhina fue uno de los miembros más activos del Comité Judío Antifascista, que tenía la misión de movilizar en todo el mundo—aunque especialmente en Estados Unidos—la solidaridad de los judíos y el apoyo a la URSS en su lucha contra Hitler. Zhemchúzhina ejerció de intermediaria entre el mundo soviético y los Aliados occidentales de la coalición antihitleriana. El presidente del Comité era Solomón Mijoels, famoso actor del Teatro Judío Moscovita, muy querido y extraordinariamente apreciado por la comunidad judía soviética. En las actas del proceso contra Zhemchúzhina se conserva una carta de Mijoels en la que le pedía ayuda para un colega enfermo. Por lo visto, ella era tan despreocupada que, en 1946, seguía escribiendo cartas a su hermano, que vivía en Estados Unidos.[143] El Comité Judío Antifascista alcanzó celebridad gracias a un estudio elaborado bajo la dirección de Iliá Ehrenburg y Vasili Grossman, *El libro negro*, donde reunieron documentos, testimonios, cartas y relatos de víctimas supervivientes o de testigos oculares de la aniquilación de los judíos por parte de los nazis en los territorios ocupados de la URSS y en los campos de exterminio en Polonia durante la Segunda Guerra Mundial. Sin embargo, apenas concluido, el libro se retiró de la circulación y no vio la luz hasta el final de la Unión Soviética.[144]

En 1948, con motivo del 31.º aniversario de la Revolución de Octubre, se celebró en el Kremlin una recepción para los diplomáticos

acreditados en Moscú. Era un acto habitual y ese año estaba presidido por Mólotov. De forma ostensible, Zhemchúzhina pasó la velada en compañía de Golda Meir, la recién nombrada embajadora de Israel, que nada más llegar a Moscú, durante su visita a la Sinagoga Coral, había sido objeto de un recibimiento entusiasta por parte de decenas de miles de judíos. La propia Golda Meir, que conocía muy bien tanto el papel desempeñado por la Unión Soviética en la fundación del Estado de Israel como la represión a los judíos en el propio país, nos informa del encuentro con su anfitriona Zhemchúzhina:

—Me alegro mucho de conocerla por fin—dijo con voz cálida y visiblemente emocionada. Luego añadió—: Hablo yidish, ¿sabe?

—¿Es usted judía?—pregunté ligeramente sorprendida.

—Sí—respondió en yidish—, soy una muchacha yidish.

Conversamos largo tiempo. Sabía lo que había ocurrido en la sinagoga y alabó que hubiéramos ido allí.

—Los judíos deseaban tanto verla a usted—me dijo.

En el transcurso de la conversación, Zhemchúzhina se mostró crítica con la propiedad compartida en los kibutz.

—No me parece una buena divisa—opinaba—. La gente no quiere compartirlo todo. Hasta Stalin está en contra. Debería usted conocer la opinión de Stalin y leer lo que ha escrito sobre el tema.

Antes de regresar con el resto de invitados, rodeó con el brazo a Sarah [la hija de Meir] y le dijo con lágrimas en los ojos:

—Ojalá que le vaya bien. Si a usted le va bien, les irá bien a los judíos del mundo entero.[145]

El 29 de diciembre de 1949 expulsaron a «madame Mólotov» del Partido Comunista, el 29 de enero se produjo la ya mencionada detención. La acusaron de «haber mantenido durante años una relación criminal con nacionalistas judíos». Dos meses después destituyeron a su marido del cargo de ministro de Asuntos Exteriores, viéndose así privado de buena parte de su influencia en el «equipo de Stalin» (Sheila Fitzpatrick). También detuvieron a sus familiares: a su hermano A. S. Karpovski, a su hermana R. S. Leshniávskaia, a sus sobrinos I. I. Steinberg, director de la empresa n.º 339 del Ministerio de la Industria Aeronáutica, y S. M. Golovanevski, asistente del director de la cúpula del Ministerio de la Industria Pesquera. Los detenidos Leshniávskaia y Karpovski, que «no lograron soportar el régimen aplicado»—es decir, que no resistieron las torturas—murieron en la cárcel.[146]

El 29 de diciembre de 1949 el Consejo Especial para la Seguridad del Estado (MGB) de la URSS condenó a Zhemchúzhina a cinco años de destierro en la ciudad de Kostanái, al este de los Urales. En enero de 1953 la trasladaron desde allí hasta Moscú para someterla a una nueva farsa judicial. Su comentario sobre este episodio: «Si el gobierno lo ha decido, así tiene que ser».

Durante el interrogatorio negó todas las acusaciones. Los verdugos

pretendían demostrar que Zhemchúzhina apoyaba el plan de Mijoels de crear «una California judía en Crimea»; querían presentarla como valedora de una conspiración sionista antisoviética. Se sirvieron de los cargos más absurdos. Uno de sus subordinados la acusó incluso de abusar sexualmente de él. Otro aseguraba haberla visto ocupar en la Sinagoga Coral de Moscú un lugar privilegiado en el espacio reservado al rezo de los hombres en vez de en el matroneo, la logia destinada a las mujeres. Zhemchúzhina se defendió de estas acusaciones y negó también haber alimentado el rumor de que Mijoels había sido asesinado, en contra de la versión oficial del «accidente de tráfico». Y se mantuvo firme cuando la acusaron de haber participado en una conjura de las fuerzas sionistas.[147]

Cuando el 10 de marzo de 1953—cinco días después de la muerte de Stalin, en la víspera de su entierro—Lavrenti Beria visitó a Polina Zhemchúzhina para comunicarle su liberación, lo primero que preguntó ella fue cómo se encontraba Iósif Vissariónovich. Cuando Beria le dijo que Stalin «ya no está entre nosotros», sufrió un desmayo. Como todos los demás acusados en este asunto, Zhemchúzhina fue rehabilitada en 1956, pero siguió siendo—hasta su muerte, el primero de mayo de 1970—una fanática estalinista. Y no sólo justificó el comportamiento de su marido, que se divorció, sino que ella misma, en vista de las acusaciones recibidas, le aconsejó hacerlo. Hasta el último de sus días concedió importancia a su aspecto físico. Poco antes de morir pidió que le hicieran la manicura. No era una «ñoña del partido», sino—por servirnos de la expresión de Nina Berbérova—una «mujer de hierro». Por lo visto, a finales de la década de 1950 le dijo a Svetlana Allilúieva, la hija de Stalin: «Tu padre fue un genio. Erradicó la quinta columna de nuestro país y, cuando empezó la guerra, logró que el partido y el pueblo formaran una unidad absoluta».[148] Odiaba a Nikita Jruschov y sólo tenía palabras de desprecio para los dirigentes que sucedieron a Stalin.

El caso de Polina Zhemchúzhina hay que enmarcarlo en un contexto más amplio. Después de la guerra, la situación mundial volvió a cambiar radicalmente: los Aliados en la lucha contra Hitler tomaron caminos distintos, el bando de la coalición anti-Hitler se desintegró y dio paso a la constelación que protagonizaría la Guerra Fría y la partición del mundo en dos bloques, el occidental y el del Este. Resulta más que plausible la tesis de que la campaña contra el sionismo y el cosmopolitismo emprendida a finales de la década de 1940 se enmarcara en el contexto del inicio de la Guerra Fría y de la discusión sobre el papel desempeñado por Mólotov, entonces ministro de Asuntos Exteriores. Lo que en su momento había sido tan útil al Estado soviético—el excelente contacto personal de Mólotov con el embajador de Estados Unidos y su mujer—abría ahora las puertas a

teorías conspirativas y sospechas de espionaje. Lo que una vez habló a favor de Polina—ser la segunda *first lady*—, hablaba ahora en su contra: el segundo hombre más poderoso del país era amonestado y llamado al orden por un Stalin decrépito y con manía persecutoria. La detención y el procesamiento de Polina Zhemchúzhina eran medidas de presión contra el posible sucesor de un Stalin que temía por su legado.[149] Las crecientes tensiones exteriores y la amenaza interna de una nueva ola de purgas y de terror dieron pie, en los últimos años del régimen de Stalin, a un desenfrenado oscurantismo que se manifestó en la lucha contra «cosmopolitas, agentes del imperialismo de Estados Unidos y sionistas» y contra el «complot de los médicos del Kremlin». Hubo que esperar a la muerte del dictador para que concluyera la persecución.[150]

En cualquier caso, parece claro que, al verse amenazado, Stalin se las tuvo que ver con una persona que, aun creyendo fanáticamente en él, fue capaz de hacerle frente al negarse a declarar lo que pretendían sonsacarle, algo de lo que podían presumir muy pocas de las víctimas de la campaña contra cosmopolitas y sionistas (otra de esas contadas personas fue la bióloga Lina Stern, miembro tanto de la Academia de las Ciencias como del Comité Judío Antifascista, que opuso resistencia hasta el final, convirtiéndose en una excepción entre los torturados y asesinados por los esbirros de la policía secreta).[151] Polina Zhemchúzhina, que también se mantuvo firme en los interrogatorios que culminaron en su fraudulento proceso, se salvó tras la muerte de Stalin el 5 de marzo de 1953, pero le siguió siendo intelectualmente fiel hasta el último de sus días: una estalinista de manual.



26. Polina Zhemchúzhina junto a su marido Viacheslav Mólotov.

Su extraordinaria carrera no fue tanto fruto de la casualidad como consecuencia de los acontecimientos que le tocó vivir. Procedía de una familia judía modesta y, como muchos otros judíos, estaba deseando abandonar el *shtetl*. Sobrevivió en la lucha clandestina y se afilió al bolchevismo en un momento en que no era nada seguro que alcanzaría el poder. Logró ser alguien, no gracias a su relación con Mólotov, sino porque siguió su propio camino: en la lucha clandestina, en la labor femenina, en la Facultad de los Trabajadores y, más adelante, en la célula del partido de la fábrica de perfumes, donde alcanzó muy pronto el puesto de directora y, finalmente, el de Comisaria del Pueblo. Encarnaba de forma modélica el ascenso social gracias a la Revolución. Estaba al tanto de todo lo que había pasado a su alrededor durante la Gran Purga y compartía las opiniones de su marido, que había firmado de puño y letra miles de sentencias de muerte y que, aún cincuenta años después, en una entrevista con Féliks Chúiev, elogiaba a Stalin por haber exterminado a tiempo a los enemigos del pueblo, a la «quinta columna», garantizando así el triunfo en la guerra contra los alemanes.[152] Su reputación como «comisaria del perfume»—y por lo visto también su popularidad—se sustentaba sobre dos pilares: la dureza y la implacabilidad con la que se abrió camino hasta lo más alto, pero también su capacidad como gestora del trust de la cosmética, gracias a la cual, después de un período de caos y penuria, pudo suministrar a la gente algo que

representaba una vida mejor y más bella, un pedacito de lujo en medio de la grisura cotidiana. Ni más ni menos abasteció a la Unión Soviética de cosméticos de producción propia que tal vez no podían competir con Soir de Paris o Chanel № 5, al alcance de unos pocos, pero sí podían embellecer un poco la vida de muchos.

Polina Zhemchúzhina conoció el olor de las cárceles: en la Lubianka, en Matrósskaia Tishiná y durante el destierro en la ciudad kazaka de Kostanái. Nada más llegar al asentamiento estepario de Kostanái—al este de los Urales, justo allí donde el tren se bifurcaba hacia el recién inaugurado *kombinat* metalúrgico Magnitogorsk—, lo primero que hizo fue solicitar jabón, cebollas y papel. En los tres deseos se manifestaba el aplomo de una mujer que no da su brazo a torcer, ni siquiera en el momento de su caída desde las más altas esferas del poder hasta el destierro en el fin del mundo. El jabón representaba la limpieza básica, el aguante y la disciplina necesarios para sobrevivir en el centro de internamiento; las cebollas representaban el cuidado de la salud física y la prevención del deterioro del cuerpo; por último, el papel servía a la lucha por mantener la lucidez intelectual, el cerebro intacto, aunque sólo fuera para copiar extractos de los clásicos marxistas y memorizar las páginas del *Curso breve sobre la historia del Partido Comunista de la Unión Soviética* de Stalin. La mujer vestida siempre de forma severa y elegante, la Comisaria del Pueblo para la Industria del Perfume, fue sumida en un mundo del que se libraron la mayoría de sus compañeras, pero en el que ella, adiestrada en la escuela de la clandestinidad y en prácticas de supervivencia, era capaz de desenvolverse con soltura.

Los destinos de la legendaria Coco Chanel y la casi desconocida Polina Zhemchúzhina-Mólotova—representantes de dos mundos aromáticos muy diferentes, incluso antagónicos, pero en muchos sentidos también unidos entre sí de forma subterránea e inconsciente—no podían ser más distintos, hasta la asimetría más absoluta. Pero aunque cada una de ellas habría considerado que la otra carecía de buen gusto—Chanel era la representante de la burguesía decadente, Polina la funcionaria de un régimen despreciable y odioso—, lo cierto es que, desde la perspectiva de finales de siglo, tenían muchas cosas en común.

Ambas se criaron en provincias, en la periferia, y muy pronto recorrieron el camino hacia el centro político y cultural de sus países. Quisieron dejar atrás su entorno provinciano, pero sin perder el contacto con sus orígenes y sus familias. Una y otra vez recurrieron a ellos, buscaron refugio y mantuvieron vivas las relaciones incluso cuando—como en el caso de Zhemchúzhina y sus hermanos en el extranjero—suponía el mayor de los riesgos. Ambas nadaron con la corriente del tiempo, pero cada una encontró luego su propio cauce.

Aprovecharon las oportunidades, conocieron los puntos débiles de un entorno dominado por hombres, sacaron la fuerza necesaria para crecer. Se apropiaron de lo que les ofrecía la alta sociedad, pero sin someterse a ella. Provenían de ambientes distintos—católico pequeñoburgués en un caso, judío pequeñoburgués en el otro—, y ambas quisieron dejarlos atrás. Se vieron inmersas en los tumultos de la historia mundial, que todo lo trastornaron pero les ofrecieron nuevas oportunidades y carreras profesionales, un horizonte casi impensable en la sociedad rígida y ordenada de antes de la Gran Guerra. Llegaron de la periferia e irrumpieron en el centro. Se beneficiaron del derrumbe del orden establecido, Zhemchúzhina más que Chanel: la Revolución parecía haber acabado con la discriminación de los judíos, les abrió la puerta para un ascenso sin precedentes y muchos se catapultaron hacia las alturas de los que llevaban la batuta. Según Nina Berbérova éstas fueron las «mujeres de hierro»: independientes, seguras de sí mismas, enérgicas a la hora de perseguir sus objetivos y sin detenerse demasiado a pensar en las posibles víctimas que iban dejando en la cuneta. Elaboraron sus proyectos con determinación, una de ellas como mujer hecha a sí misma a partir de su taller de costura, de sus boutiques y de sus exitosos productos; la otra como organizadora, gerente y funcionaria que se movilizó con entusiasmo, incluso con fanatismo, por «la causa del Gran Stalin»; ambas fueron adictas al trabajo. Una fundó una empresa privada y multinacional, la otra dirigió el trust estatal de una futura potencia mundial. Chanel se movió en un escenario marcado por la riqueza, el lujo y el ocio, Zhemchúzhina en un ambiente más bien ascético y espartano. Coco Chanel tenía pisos propios, villas, su suite en el Ritz; Polina Zhemchúzhina vivió en alojamientos asignados oficialmente pero situados en el centro mismo del poder: el Kremlin, la Casa del Gobierno y las dachas del régimen. Una tenía buen gusto, un olfato finísimo, pero ninguna convicción firme; la otra se apoyó en su talento y en el convencimiento inquebrantable de que su camino era el correcto: hizo suya la consigna de la era de Stalin «No es posible hacer tortilla sin romper los huevos». Una encontró indulgencia después de su infame colaboración con los nazis y pudo fugarse al extranjero, donde continuó con su estilo de vida al más alto nivel; la otra se convirtió en víctima de una intriga y pagó por su pertenencia al núcleo del poder—como mujer de Mólotov—un precio que, comparado con el destino que sufrieron otras víctimas de Stalin, se antoja mesurado: la exclusión temporal del Partido Comunista y la degradación a una existencia como pensionista del Estado. Una no ocultó jamás su aversión por los judíos, la otra se declaró primero, en cuanto comunista convencida, «una judía no judía» (Isaac Deutscher), para reconocerse hacia el final de sus días «hija del pueblo judío», una

condición por la que fue acusada de «cosmopolita» y «sionista».



27. La tumba de Gabrielle Chanel en Lausana.

Y ambas se libraron de sufrir castigos mayores: Chanel gracias al final del nacionalsocialismo, a la liberación de Francia y a la laxitud con la que se sancionó (o no) a los colaboracionistas; Zhemchúzhina salió de la cárcel a la muerte de Stalin, fue rehabilitada, pero no pudo iniciar una nueva carrera. A Mólotov, su marido, lo enviaron como embajador a la República de Mongolia y, más adelante, al Organismo Internacional de Energía Atómica con sede en Viena, donde ella se dedicó a estudiar y a cuidar de su hija y sus nietos. En torno a la ya madura pareja se creó pronto el mito romántico de un matrimonio trágico y enamorado que perduró hasta la muerte de Polina Zhemchúzhina. De hecho, las numerosas cartas que le envió Mólotov desde Nueva York, Berlín o Londres testimonian un amor intenso a lo largo de muchas décadas: «Polinka, querida mía», «Ahora me gustaría salir de este maldito Nueva York para poder estar contigo».[153] Ella murió el primero de abril de 1970; él, a la avanzada edad de noventa y seis años, el 8 de noviembre de 1986. En el entierro de ella, celebrado en el cementerio de Novodévichi, sonó el himno de la Unión Soviética; a Mólotov no se le concedió ese deseo. Ya había empezado la Perestroika y con ella el ocaso de la Unión Soviética.[154]



28. La tumba de Polina Zhemchúzhina en Moscú.

Cuando Coco Chanel regresó al escenario de la moda llevaban la voz cantante Christian Dior e Yves Saint-Laurent, una nueva generación de diseñadores. Chanel parecía haber quedado al margen. Sin embargo, en 1954 escenificó su reaparición. Jean Cocteau celebró «el regreso de mademoiselle Chanel», que retomó la lucha contra la mediocridad y—gracias sobre todo a las ganancias obtenidas de las ventas de Chanel № 5 en el mundo entero—se convirtió en una de las mujeres más ricas de Francia.[155] Falleció a los ochenta y siete años en su suite del hotel Ritz. Mólotov y Polina Zhemchúzhina están enterrados en el cementerio moscovita del monasterio de Novodévichi, el lugar donde reposan las glorias nacionales, mientras que los restos de Chanel descansan lejos de Francia, en la ciudad suiza de Lausana.

DESDE EL OTRO MUNDO
EL HUMO DE LOS CREMATORIOS Y EL OLOR DE KOLIMÁ

Resulta casi banal llamar la atención sobre el hecho de que también las catástrofes históricas tienen su lado olfativo. Nuestro conocimiento de la «época de los extremos» (Eric Hobsbawm) se alimenta sobre todo de las imágenes de crímenes y atrocidades inconcebibles, y no de los infernales olores que, aunque no es posible retener, forman parte de ellas. Pero los hubo. Todas las horribles escenas que desfilan ante nosotros cuando pasamos revista al siglo XX están impregnadas de olores. Podemos percibirlos a partir de los testimonios de supervivientes o de aquellos que participaron como verdugos. Sabemos que, antes de llevar a cabo sus crímenes, los integrantes de los grupos operativos de las SS no sólo consumían grandes cantidades de alcohol, sino que recibían también frascos de perfume para poder «soportar la acción». Algo parecido se refiere de los comandos de ejecución del NKVD, los cuales, después de llevar a cabo los fusilamientos en los campos de tiro de Bútovo y Kommunarka, se desprendían de sus delantales de plástico y se rociaban agua de colonia.[156] En las películas propagandísticas que ordenó rodar Goebbels sobre la exhumación de los oficiales polacos en el bosque de Katyn, el personal médico y forense lleva máscaras para protegerse del hedor de la putrefacción. En documentales estadounidenses que muestran a alemanes en los recién liberados campos de Bergen-Belsen o Buchenwald, puede verse cómo, al enfrentarse a las montañas de esqueletos, se tapan la nariz con pañuelos y vuelven la mirada.

Habría material más que suficiente para escribir la secuela correspondiente al siglo XX de *El perfume o el miasma* de Alain Corbin. Ahí está el olor de los campos de batalla por los cuales no sólo pasaron tormentas de acero, sino también nubes de gas. Ahí está el olor de la tierra calcinada y el de las fosas comunes, el olor de los cuerpos apretujados en los trenes de deportación, de las hogueras donde se queman libros, el olor del gas que se introduce en las cámaras y el olor del humo que asciende de los crematorios, el hedor de la putrefacción que se expande cuando la primavera trae el deshielo y los cadáveres congelados empiezan a flotar libremente, ahí está también el olor a chamusquina en las ciudades bombardeadas durante la noche, y paralelamente a todos esos olores, el de la normalidad desodorizada en medio de los crímenes, el del árbol de Navidad que se decora para los niños en plena guerra y el que flota en las salas repletas de los banquetes y los estrenos teatrales en las ciudades ocupadas.

Una idea aproximada de lo que podría dar de sí la reconstrucción de los paisajes olfativos del siglo XX nos la brinda el libro de Hans J.

Rindisbacher, basado en recuerdos y artículos de periódicos sobre los campos de concentración y exterminio alemanes, así como el estudio de Yekaterina Zhirítskaia sobre los olores en los campos soviéticos.157

La totalidad de la percepción sensorial, incluido el sentido del olfato, entró en juego con algunas figuras precursoras de comienzos del siglo XX. En el manifiesto «Estética futurista de la guerra» de 1935, obra del vocero del fascismo Filippo Tommaso Marinetti, puede leerse:

La guerra es bella porque reúne en una sinfonía los tiroteos, los cañonazos, los altos al fuego, los perfumes y el hedor de la descomposición [...] ¡Poetas y artistas del Futurismo [...] recordad estos principios fundamentales de una estética de la guerra para que iluminen vuestro combate por una nueva poesía y por unas artes plásticas nuevas!158

También la percepción de los campos de prisioneros está considerablemente determinada por imágenes. Esto vale especialmente para los campos de concentración y exterminio de los nazis. Los nombres de las fábricas de la muerte se entremezclan con imágenes: la entrada de Auschwitz-Birkenau por la que rodaban los trenes, las torres de control y las vallas eléctricas, las barracas dispuestas de forma geométrica en los planos de la I. G. Farben o en las fotografías aéreas de los Aliados, los hornos de los crematorios, las oficinas y los domicilios de los guardianes. Pero en la memoria de los supervivientes, o de aquellos que tuvieron contacto con ellos, los campos conservan también una parte olfativa: el olor nauseabundo de lugares donde los prisioneros vivían en unas condiciones infrahumanas, con unos estándares higiénicos y sanitarios calculados para llevarlos a la muerte. Basta recordar cómo se erigían los guetos, apiñando a miles de personas en espacios reducidísimos, abandonándolas al hambre, la extenuación y las epidemias. La quintaesencia olfatoria del asesinato en masa es el olor del humo que se eleva por encima de los crematorios, un olor que vuelve una y otra vez a la memoria de los supervivientes y de los que vivían cerca de los campos de concentración, pero también a la memoria de los funcionarios de las fábricas de la muerte. Lo leemos en la autobiografía de Rudolf Höss, comandante en Auschwitz:

Esos horrores duraban horas, pero yo no podía alejarme, ni cuando cavaban osarios, que despedían un olor espantoso, ni cuando quemaban los cadáveres. A petición de los médicos, también me tocó observar cómo morían las víctimas a través de los tragaluces de la cámara de gas.

Höss continúa su relato:

Desde las primeras incineraciones al aire libre se observó que el método, a la larga, no sería útil. Cuando hacía mal tiempo o demasiado viento, el olor se esparcía varios kilómetros a la redonda y toda la población de los alrededores empezaba a hablar de la incineración de judíos, pese a la propaganda del partido y de los órganos administrativos. Todos los SS que participaban en la acción de exterminio habían recibido la severa orden de guardar silencio. Sin embargo, cuando después las autoridades de las SS iniciaron ciertos sumarios, se descubrió que los acusados no

habían respetado esta consigna de silencio. Ni siquiera las penas más severas podían impedir los rumores.[159]

El olor a humo y a ceniza que salía de los crematorios se complementa con la retórica obsesiva de los nazis sobre limpieza, pureza e higiene. «Eliminación de parásitos», «cuarentena», «medidas higiénicas», «purificación de la sangre» y «desinfección» forman parte del vocabulario que acompaña el asesinato sistemático en las cámaras de gas o a lo largo de la ruta marcada por el avance de los comandos de la muerte. La parte olfativa del sistema criminal de Hitler está documentada históricamente, pero también ha sido recreada en obras literarias como *Un mundo feliz* de Aldous Huxley y en memorias.[160] La superviviente Olga Lengyel describe el contraste de perfume y humo que caracterizaba al «ángel rubio», la guardiana Irma Grese:

Allí donde apareciera, siempre traía el aroma de un perfume exclusivo. Su pelo estaba rociado con un cóctel de fragancias seductoras, a veces ella misma mezclaba sus propios aromas. El uso exagerado de perfume era probablemente su más refinada crueldad. Los presos, destrozados físicamente, aspiraban con placer esos aromas. Y, al revés, cuando ella nos abandonaba y sobre nosotros volvía a flotar el rancio y repugnante olor a carne humana quemada que cubría como un tapiz todo el campamento, la atmósfera se hacía aún más insoportable.[161]

También Primo Levi, químico de profesión, recuerda el olor que percibió al entrar en la fábrica Buna de Auschwitz-Monowitz:

¡Qué liso y qué limpio está el pavimento! […] El olor me hace sobresaltar como un latigazo: el débil olor aromático de los laboratorios de química orgánica. Durante un instante, evocada con violencia brutal y enseguida desvanecida, la gran sala semioscura de la universidad, el cuarto curso, el aire suave de mayo en Italia.[162]

En su estudio *El olor de Kolimá*, Yekaterina Zhirítskaia ha investigado la percepción de los campos de prisioneros en la obra de uno de los más destacados escritores rusos del siglo XX, Varlam Shalámov, que pasó diecisiete años en diversos campos, pero sobre todo en el de Kolimá, y escribió tras su liberación los *Relatos de Kolimá*. Zhirítskaia propone leer los relatos «con la nariz». Constata que la percepción de Shalámov gira sobre todo en torno al cuerpo, a las enfermedades que causa el hambre, como la pelagra y el escorbuto, a la pérdida de peso y a la degradación física, es decir, en torno a lo que en el mundo de los campos de concentración soviéticos se calificaba de «distrofia alimentaria». Shalámov analiza el rápido proceso de debilitamiento, la extenuación sistemática, la deshidratación, pero también le llaman la atención los cuerpos rubicundos de los prisioneros bien alimentados, consecuencia del «exceso de carne», que resultan sumamente sospechosos al observador. En el gulag el cuerpo recupera el dominio sobre la mente y moviliza cada uno de los sentidos necesarios para sobrevivir. La lucha por la supervivencia aguza la percepción, el «instinto», la «intuición» y, por consiguiente, también el olfato. Los olores de la civilización y de la cultura pertenecían a un mundo que los reclusos de Kolimá habían dejado atrás, que había perdido su

significado. La vida pasada parece «un sueño, una invención». No existe el futuro: «Lo único real era el instante, la hora, el día, de diana a retreta; nadie miraba más allá ni tenía fuerzas para pensar en otra cosa». Había que sobrevivir al día, lo único que tenía sentido era lo que ayudaba a prolongar la vida y sortear la muerte. Y el olor era en Kolimá—igual que en el mundo animal—una señal de supervivencia o de peligro mortal.[163] Kolimá, con sus extremas temperaturas bajo cero, estaba libre del olor de la muerte y la putrefacción durante ocho meses al año. La nieve tenía un olor gélido, «abstracto», el frío solidifica los excrementos y los desechos, las letrinas se congelan, los muertos se convierten en columnas de hielo que se apilan al aire libre como si fueran troncos de árboles, hasta que el deshielo los libera y pueden ser enterrados antes de descongelarse y descomponerse. El único olor de la supervivencia es el del pan.

En Auschwitz era omnipresente el olor a gas y a humo, pero los muertos de Kolimá «no huelen», explica Shalámov con amargura: los «cadáveres incorruptibles» estaban demasiado consumidos, exangües, y se conservababan en el hielo perpetuo. Los presos no solían morir porque se los matara, sino porque no se los dejaba vivir. Como señala Yekaterina Zhirítskaia, lo característico de Kolimá no era el olor de la muerte, sino el de la vida:

En lo más alto de la escala de valores del prisionero estaba el pan. En el campo, el pan era la clave de todo. Para entender lo que significaba en Kolimá el olor del pan hay que reconstruir el contexto en que era percibido. Dicho de otro modo, comprender *qué* era el pan para los prisioneros. Los relatos de Shalámov brindan una gama de matices sobre la percepción del pan que resulta realmente inaudita para una persona común.

El acto—«habitual» en la vida cotidiana—de obtener y comer pan adquiere en Kolimá un sinnúmero de complicadísimos matices emocionales, táctiles, gustativos y olfativos: «No hay nada comparable a la sensación de hambre, una sensación que corroe; era el estado permanente del recluso calificado de “cincuenta y ocho” [artículo referente a los delitos políticos] o del *dojodiaga* [expresión para designar al preso que se ha rendido a su suerte]». El pan era la única fuente de energía que alimentaba la esperanza de llegar vivo al día siguiente. El chocolate o la leche condensada sólo aparecían en sueños. Lo único que existía en la realidad, en el aquí y el ahora, en la vida diaria y no en la mera fantasía, era el pan. «El pan era el símbolo de la comida por antonomasia, la encarnación material de la vida, la vida misma, como sólo puede serlo el cuerpo de Cristo en los rituales religiosos». Todo giraba en torno al pan, el pan marcaba el transcurso del día. Había una manera determinada de comer el pan, de saborearlo, de mantenerlo largo tiempo en la boca, de masticarlo. El pan que quedaba sin tocar o a medias indicaba que el preso en cuestión había claudicado. Y no recibir pan equivalía a una sentencia

de muerte. Los presos trataban de obtener pan por todos los medios. La tortura de no tener acceso al pan se transformaba en la tortura de su olor. Ese dulce olor a vida se convierte en una de las principales obsesiones olfativas de Kolimá. Los sentimientos de los presos están abotargados, pero los sentidos que tienen que ver con la comida y el olor, el gusto y el olfato, se agudizan hasta el extremo. «El sentido del gusto del prisionero hambriento está extremadamente desarrollado», escribe Shalámov. Un caldo de hierbajos congelados desprende el aroma del «mejor *borsch* ucraniano» y el olor de la *kasha* quemada «recuerda al chocolate». La percepción se deforma de manera tan radical que, quince años después de ser liberado, a Shalámov una patata aún le sabe a veneno.[164]

Una vez liberada y rehabilitada, Polina Zhemchúzhina no se reincorporó a la industria perfumera, y mucho menos volvió a ocupar un cargo directivo. Mientras tanto, el proceso de reconstrucción del sector tras los destrozos sufridos durante la guerra avanzaba a marchas forzadas. Había llegado el momento de aumentar las inversiones en la industria ligera para satisfacer las crecientes necesidades de los consumidores. En octubre de 1953, el Consejo de Ministros de la URSS y del Comité Central del Partido Comunista aprobó una disposición—«Sobre el aumento de la producción de alimentos y la mejora de su calidad»—para duplicar la producción de perfumes. La materia prima se obtendría de plantaciones en Crimea, Ucrania, Georgia y Asia Central. Ya en 1947 se había fundado en Moscú el Instituto Científico para Aromas Sintéticos y Naturales. El *kombinat* de Kaluga, especializado en aromas sintéticos, se convirtió en la mayor fábrica de perfumes del país. Lo habían construido prisioneros de guerra alemanes y estaba en parte dotado de maquinaria suministrada por los estadounidenses durante la contienda. A mediados de la década de 1950 se pusieron de nuevo en marcha las empresas de perfumes y cosméticos de Leningrado, Járkov y Nikoláiev que habían sido destruidas por los alemanes; las fábricas de Kazán, Sverdlovsk, Taskent y Tiflis volvían a producir para la población civil, habían cambiado el surtido y lanzaban nuevas marcas, como Lirio Plateado, Dama de Picas o Sirena. Las colonias más populares en esos comienzos de la década de 1950 eran Shipr y Troinói. En 1953 se logró alcanzar el nivel de producción de antes de la guerra.[165]

Natalia Dolgopólova, una de las expertas más destacadas en la historia del sector de la perfumería en la URSS, califica las décadas de 1950 y 1960 como la «época dorada de la perfumería soviética»: se superaron los objetivos del nuevo plan de siete años (de 1958 a 1965). En 1965 el volumen total de perfume producido alcanzó las treinta mil trescientas toneladas, lo que suponía una media de ciento treinta gramos anuales por habitante, una cantidad que permitía a la URSS dejar atrás a los principales países capitalistas. No sólo producía para el mercado interior, sino también para el exterior: en 1966 exportó más de medio millón de frascos a Francia, Finlandia, Canadá y Alemania, pero sobre todo a países del bloque del Este y del Tercer Mundo.

Después de la guerra, las ambiciones estilísticas de la era Stalin llegaron también al sector de la perfumería: en 1947 el Premio Stalin se abrió por primera vez a los perfumes. Los frascos eran lujosos, los

recipientes de los perfumes más caros parecían obras de arte, con seda satinada y vidrio tallado. Trataban de reflejar el renacido patriotismo, el orgullo nacional, y llevaban nombres como Malaquita, Amatista, Zafiro, Nuestro Moscú, para conmemorar el 800 aniversario de la fundación de la ciudad, o bien el del Ejército Soviético en un frasco rojo y dorado. Los sets de regalo eran de tan bella factura que los compradores se resistían a tirarlos una vez vacíos. En la segunda mitad de la década de 1950 y en la década 1960 se pasó del «estilo empalagoso» de la era Stalin a una «nueva simplicidad» que, en muchos aspectos, retomaba la modernidad de antes de la guerra.



29. Frasco del agua de colonia de la marca Rally (1986).

La novela *El deshielo* de Iliá Ehrenburg dio nombre a esta época.[166] Un período que empezó a germinar en la inmediata postguerra, cuando los soldados que derrotaron a Hitler y tuvieron la oportunidad de conocer Europa regresaron a su país con la esperanza, ahora que habían vencido y llegaba la paz, de que se les recompensara por las privaciones sufridas, de que pudieran cosechar los frutos del triunfo. En el extranjero se habían encontrado con un nivel de vida sorpresivamente alto para ellos, incluso en la derrotada Alemania nazi, y al regresar a la patria de los trabajadores no sólo llevaron experiencias e imágenes, sino también una infinidad de objetos de los territorios liberados y ocupados: muebles, ropa, pianos, películas y, claro está, perfumes.

Pero hubo que esperar a la muerte del dictador. Sólo entonces se inició un período en el que fue posible anhelar una vida más digna, cuando volvieron de los campos de internamiento los cientos de miles de prisioneros y fue posible hablar por primera vez de la injusticia y de los sufrimientos padecidos. Eran años de apertura en los que las fuerzas ocultas y oprimidas se movilizaron y empezaron a hacerse notar, se iniciaba una era en que por fin se daría prioridad a mejorar la vida en el presente en vez de en un futuro utópico, construyendo viviendas para todos en vez de ostentosos palacios para unos pocos.

Pero había también algo más, como dejaba vislumbrar el título de una de las novelas más relevantes de Vladímir Dudíntsev, *No sólo de pan vive el hombre*.[167] Era también una cuestión de libertad de pensamiento, de energía creativa, del ansía de desprenderse de la coraza de décadas de tutelaje, censura y opresión. Los pintores descubrían los colores luminosos y las abstracciones electrizantes de esa vanguardia soviética que había sido repudiada en la época de Stalin, eliminada incluso de los lugares públicos. Después de años de pomposidad neoclásica, los arquitectos y los diseñadores volvían los ojos a las formas simples y empeñaban su talento en crear objetos cotidianos y de consumo. Una juventud alborotada se atrevía a desarrollar su propio estilo y a exhibirlo públicamente: con cazadoras chillonas, pantalones de pitillo y sombreros borsalino. El nuevo realismo del cine soviético cosechaba premios en Cannes y Venecia, en los olimpos de la cultura de la URSS se tocaban temas como *Chattanooga Choo Choo*, las universidades volvían a acoger disciplinas como Sociología o Psicología, que habían sido literalmente erradicadas, decenas de miles de jóvenes llegados de todos los países convertían Moscú en una ciudad internacional durante el Festival Mundial de la Juventud de 1957, y la Unión Soviética podía presentar con Yuri Gagarin, el primer hombre que viajaba al espacio, a un héroe joven y carismático. Eran años de esperanza, de una gran confianza en las propias fuerzas. Las revistas satíricas que criticaban cualquier manifestación de lo «antisoviético», lo «antipatriótico» y lo «decadente» luchaban en vano contra la corriente del tiempo. Por la Plaza Roja revoloteaban modelos de Dior como polillas o criaturas fantásticas de extraños planetas.[168]

En este contexto hay que situar la «época dorada de la perfumería soviética», que no sólo impresiona por las cifras de venta y el volumen de toneladas producidas. La época del deshielo tiene también su propio olor: se amplía la gama de perfumes, los hay para todos los gustos y tendencias, incluso el aroma del gran mundo empieza a soplar por ese imperio herméticamente cerrado durante tanto tiempo. Los perfumes reflejan los acontecimientos relevantes de la era del deshielo y de la nueva política de la «coexistencia pacífica». Sus nombres evocan bellezas de la naturaleza—Coral, Cristal, Ámbar—, obras literarias—El Cuento del Zar Saltán, Sherezade—, figuras mitológicas—Sansón, Prometeo, Baño de Venus—y se adentran cada vez más en el terreno de lo íntimo y privado: Violeta, Verónica, Oksana, Para Ti o Sólo Tú. En la era postestalinista se van imponiendo apelativos líricos, románticos y relacionados con la vida privada, como Perfume Nupcial, Lírica o Feliz Cumpleaños. Reflejan, además, la diversidad del Estado multiétnico adoptando nombres como Mi Azerbaiyán, Nuestro Járkov o Atardecer en Leópolis. Los frascos

revelan la diversidad del imperio: mientras la fábrica de Taskent lanza al mercado creaciones como Gur-Emir o Registán, Tiflis produce el perfume Iberia y Ucrania adorna su frasco con motivos folclóricos ucranianos.

Sorprende la variedad de fragancias y recipientes, hasta el punto de que la elaboración de frascos, envoltorios y sets de regalo parece una suerte de parque infantil donde los artistas y los diseñadores juguetean con su desbordante fantasía. De ahí que resulte injusto, como apunta con razón Dolgopólova, que los nombres de los diseñadores y de los veinte perfumistas que había en la Unión Soviética se disuelvan en el anónimo «colectivo de trabajadores», mientras que los dieciséis mil miembros de la Asociación de Artistas figuran con sus nombres completos.[169] En la década de 1970 la industria perfumera soviética sacó al mercado setecientos artículos de perfumería y cuatrocientos cincuenta de cosmética—una cantidad que no impresiona demasiado si la comparamos con los seiscientos setenta y cinco productos que solo la firma Rallet & Co. había producido antes de la Revolución —.[170] El creciente entusiasmo por la técnica que se vivía ya en la década de 1960 había llevado incluso a que se instalaran en las calles y plazas unos distribuidores automáticos, los «superpulverizadores», que por quince kopeks rociaban a los caballeros con agua de colonia.[171]

Pero los progresos en la automatización, en el uso de elementos químicos y en el diseño no lograban encubrir los problemas derivados de la lentísima industria planificada. Se oían quejas por la etiquetación rudimentaria, la calidad deficiente y el atraso técnico en los talleres encargados del barnizado y de tallar el cristal. Se acumulaban los problemas típicos de la economía planificada: deficiencias en la distribución y la venta, almacenamiento inadecuado que provocaba la evaporación de los aceites esenciales, exceso de producción defectuosa debido a la falta de disciplina laboral y otros factores similares. La destacada perfumista Antonina Vitkóvskaia recuerda su horrible etapa bajo el sofocante liderazgo de la Soiusparfiumerprom y su todopoderoso «Consejo de Degustación» formado por doce individuos desdeñosos, doce «carcamales» que decidían unilateralmente cómo se había de componer el mundo de las fragancias.[172] Rechazaban las propuestas que hacían los expertos para reorganizar y racionalizar la industria del perfume, y se negaban a emprender cualquier tipo de reforma. Tampoco ayudaba la competitividad socialista, así que los clientes empezaron a dar la espalda a esos productos y a volver los ojos al mercado extranjero. Seguían formándose colas delante de las perfumerías, pero las clientes rusas preferían perfumes importados de los países socialistas: Chat Noir de Bulgaria, los frascos azules de la marca polaca Pani Valevska o

Florena de la República Democrática Alemana. Incluso se importaban perfumes de Oriente Medio, como Papillon y Cleopatra, de Egipto.

Cuando el país empezó a abrir tímidamente las puertas a turistas extranjeros y a permitir negocios con divisas, también comenzaron a llegar al mercado soviético los perfumes clásicos de Occidente. Al igual que los pantalones vaqueros u otros accesorios que llegaban de Occidente, los perfumes se convirtieron pronto en objetos de cambio muy solicitados en los alrededores de los hoteles para extranjeros o en tiendas especializadas en las que los turistas, los diplomáticos y los ciudadanos soviéticos podían comprar productos occidentales a cambio de divisas. A comienzos de la década de 1960 aparecen en Moscú los primeros perfumes franceses. En la boutique Rosa Dorada del hotel Moscú, situado en el centro de la capital, pueden adquirirse los perfumes Femme, de la firma Rochas, y Opium, de Yves Saint-Laurent. Se forman largas colas para comprar Chanel № 22, que se agota muy pronto a pesar de que su precio de cincuenta rublos resulta prohibitivo. El director de cine Andréi Konchalovski ha escrito sobre las ansias de su generación por aspirar los aromas del gran mundo: «Por aquel entonces soñaba con París. Era la ciudad de los sueños, de la Torre Eiffel, del aroma de Chanel y los cigarros caros».173 En la década de 1970 se inician cooperaciones con empresas occidentales, en la época de la Perestroika se emprenden *joint ventures*. Una mercancía con la etiqueta «París-Moscú» encuentra clientes más fácilmente. La fábrica de tallado de vidrio que llevaba el nombre de Mijaíl Kalinin, un antiguo presidente soviético, pasó a llamarse M. Kalinin Moscú-París.174

El perfume Krásnaia Moskvá siguió vendiéndose muy bien décadas después de la guerra, a pesar de haber sido tan modificado en 1954 que quienes conocieron el viejo aroma de antes de la guerra afirmaran que sólo tenían en común el nombre. Hoy en día existen numerosas generaciones de un perfume que, al precio de doce rublos—una décima parte del salario medio mensual—, era una de las marcas más caras del mercado en la década de 1970. El rango que llegó a alcanzar Krásnaia Moskvá lo refleja también el reconocimiento obtenido por los perfumes soviéticos en la Exposición Universal de Bruselas del año 1958, en la que Krásnaia Moskvá y Ogní Moskví recibieron la medalla de oro, y Ámbar, de Riga, y Luz del Norte, de Leningrado, la medalla de bronce.175

El mundo de los perfumes volvía a encontrarse en una exposición universal, en el escenario de un certamen internacional. Después de mucho tiempo de separación impuesta por la división de los bloques, en 1958 se reunieron en Bruselas los descendientes de la empresa Brokar con los descendientes de Nóvaia Zariá, la empresa soviética surgida de Brokar. Lo hicieron posible el deshielo y la distensión. Más

aún: un tal G. A. Naúmenko, encargado de protocolo en el Ministerio de Asuntos Exteriores Soviético, nos informa de una visita que hizo en 1968 a Coco Chanel en su suite del hotel Ritz. El motivo era obsequiar a la dama de ochenta y cinco años con una muestra de perfumes soviéticos: Lila Blanca y Flor de Piedra. Por lo visto, Chanel se mostró entusiasmada. Tal como revela Roland Barthes, Coco Chanel tenía previsto viajar a Moscú con la idea de visitar una sociedad necesitada de «innovación estética», pero finalmente el plan no cuajó. Se cuenta que la colonia soviética favorita del presidente Charles de Gaulle era Amapola Roja, un aroma con notas orientales de frasco amarillo y rojo que evocaba la Revolución china y que, al parecer, creó Auguste Michel para conmemorar el décimo aniversario de la Revolución de Octubre.[176]

Pero ni la alegría de Chanel por los perfumes recibidos ni la debilidad de Charles de Gaulle por Amapola Roja lograban ocultar que la relación entre los hemisferios aromáticos occidental y soviético era asimétrica, y que se iniciaba el fin de la hegemonía de Moscú Rojo en el mundo del perfume soviético. Otros perfumes empezaban a ganar popularidad, los aromas occidentales se abrían paso, las celebridades y estrellas del mundo del *glamour* y de la moda soviéticos producían ya sus propias marcas. La cantante Alla Pugachova había sacado al mercado su perfume Alla y el diseñador Viacheslav Záitsev, el perfume Marusia—en frascos *vintage*—. A finales de la década de 1970 las jóvenes y las mujeres no usaban ya Moscú Rojo ni Amapola Roja, sino que preferían aromas más frescos y naturales. El Moscú Rojo, cuya fragancia invadió durante años las salas engalanadas para ocasiones especiales—recepciones, conciertos, inauguraciones de exposiciones—, se consideraba cada vez más un perfume de «señora» o «de la abuela»: era la esencia de la pequeña burguesía soviética que repudiaba la joven generación.[177]

Y a veces circunstancias que creíamos que pertenecían a un pasado remoto pueden deslumbrarnos de repente, incluso treinta años después de la desaparición de la URSS, en lugares donde no queda rastro de aquel gris mundo soviético, en el actual pasaje moscovita que reúne una enorme densidad de lujo y moda, no muy lejos de los Grandes Almacenes de la calle Nikólskaia—calle de Octubre en la época soviética—, que une la Plaza Lubianka con la Plaza Roja. Igual que antes de la Revolución, volvemos a ver la calle como una flamante arteria comercial en la que ahora se alinean las cadenas internacionales de moda.

La fachada del edificio situado en el número 23 de la calle Nikólskaia está cubierta desde hace años de enormes lonas con publicidad de la marca de ropa masculina Billionaire. En 2020 se anuncia la inauguración de un gran centro comercial en el que la

nueva elite moscovita, que ya conoce Milán, París y Londres, podrá satisfacer sus caprichos: moda, complementos de lujo, restaurantes, una librería, una vinoteca y una perfumería. Es un edificio con mucho pasado: la fachada de estilo ecléctico data del siglo XIX, de la época de la industrialización, y entre 1935 y finales de la década de 1940 albergó el Consejo Militar del Tribunal Superior de la URSS, el centro del Gran Terror durante el período estalinista. Precisamente en este lugar quiere abrir Vladímir Davidi, el propietario del edificio, su tienda Esterk Lux Parfum. Davidi es un hombre refinado, amante del arte, que conoce el episodio proustiano de la magdalena y no podría imaginar una vida sin Mozart ni Monet. A partir de la década de 1950 el edificio sirvió de sede al Comisariado Militar de Moscú; tras el fin de la Unión Soviética estuvo un tiempo vacío y cambió varias veces de propietario. Durante la alcaldía de Yuri Luzhkov se derribaron muchos edificios antiguos para dar paso a aparcamientos y a oficinas, tan sólo había que mantener la fachada. Pero en este caso hubo voces en contra porque el número 23 de la calle Nikólskaia no era una casa cualquiera: en 1937 se dictaron allí miles de sentencias de muerte. El edificio estaba conectado a través de túneles subterráneos con otros edificios de la NKVD situados en la Plaza Lubianka. En la planta baja había una ventanilla ante la que hacían cola los familiares de los prisioneros para obtener noticias de su suerte. En el primer piso se hallaba el despacho de Vasili Úlrij, presidente del Consejo Militar del Tribunal Supremo de la URSS y principal responsable de los Procesos de Moscú. En el segundo piso estaba la sala en la que, entre octubre de 1937 y noviembre de 1938, el Colegio Militar dictó 31.456 sentencias a muerte—7408 sólo para la ciudad de Moscú—y 6857 condenas a prisión o a los campos de internamiento. Los juicios no duraban más de veinte minutos. Fueron condenados y ejecutados 25 comisarios del pueblo de la Unión Soviética, 19 comisarios del pueblo de las repúblicas de la Unión, miles de comandantes del ejército, intelectuales y directores de *kombinat*. Entre los condenados y ejecutados se encontraban los mariscales del Ejército Rojo Mijaíl Tujachevski y Aleksandr Yegórov, miembros de la «guardia bolchevique», los padres de la bailarina Maia Plisétskaia, el director de teatro Vsévolod Meyerhold y los escritores Isaak Bábel y Borís Pilniak. Muchos de ellos sufrieron torturas espantosas antes de ser fusilados e incinerados en el crematorio del cementerio de Donskói.

Precisamente en este edificio se prevé inaugurar una perfumería de lujo. Sólo gracias a la intervención de la asociación Memorial se evitó su demolición, y la batalla por transformar el monstruoso escenario de tantos crímenes en un lugar de duelo y memoria continúa. En octubre de 2019 decenas de miles de personas firmaron un manifiesto, impulsado por el periódico *Novaia Gazeta*, a favor de que el edificio se

convierta en un museo de la represión política. El octogenario Alekséi Nesterenko, cuyo padre fue fusilado entre esas paredes, pasa desde hace años horas y horas delante del número 23 de la calle Nikólskaia para llamar la atención sobre su significado histórico. Los activistas de Memorial señalan los rastros aún presentes: las escaleras y barandillas de hierro forjado, el parquet de roble del despacho de Úlrij, una caja de munición que fue descubierta en 2007 en el sótano, justo allí donde ahora se pretende construir un restaurante y una vinacoteca. Una de las propuestas de Memorial consiste en proyectar de noche sobre la fachada los nombres de los fusilados. Para impedir que el siniestro lugar se transforme en un templo de consumo se ha propuesto incluso bautizar un perfume con el nombre Tiro de Gracia (Pulia v Zatílok). De hecho, se ha creado una fragancia para protestar cuyo nombre combina la idea de Chanel de usar el número en el nombre con el 23 del edificio de la calle Nikólskaia:

La fragancia № 23 sorprende al olfato con unas notas de los viejos papeles y la tinta que se usaron para firmar las sentencias de muerte. Aparecen luego acordes que evocan el aroma de sótano húmedo, y finalmente se percibe el tema principal: el intenso aroma a pólvora, al que se suman las notas astringentes de la ceniza.[178]

DIGRESIÓN: OLGA CHÉJOVA
LA GRAN DAMA DEL CINE ALEMÁN Y EL SUEÑO DE LA ETERNA JUVENTUD

Olga Chéjova era conocida ya en vida como la «Gran Dama del cine alemán». Antes de morir a los ochenta y tres años en Múnich, podía volver la vista atrás a una esplendorosa carrera. Participó en alrededor de ciento cuarenta películas, casi siempre como protagonista, a veces incluso como directora. Su filmografía revela que hubo años en los que intervino en más de una película. Tenía a su lado a los actores más conocidos y trabajó con los directores más importantes (Max Ophüls, Carl Froelich, Wolfgang Liebeneiner). Los títulos dan fe de un repertorio de temas variadísimo: Rusia (*Frontera ardiente*, *Azev, el agente provocador*), adaptaciones literarias (*Nora*, *Débito y crédito*, *Peer Gynt*, *Bel Ami*), Prusia (*El molino de Sanssouci*, *El himno de Leuthen*, *Trenck*, *Andreas Schlüter*), aunque abundan sobre todo las comedias, los romances y los melodramas (*Los tres de la estación de llenado*, *Amor de artistas*, *Mascarada*, *Un vals alrededor de la torre de San Esteban*, etcétera). Contratada primero por Friedrich Murnau en 1921, fue una de las pocas actrices que logró dar el salto del cine mudo al sonoro.[179] Aunque empezó su carrera en Rusia, durante la República de Weimar se convirtió en uno de los rostros estelares de la productora UFA, alcanzó la cima de su popularidad en la época nazi y prolongó su carrera de forma sorprendente después de la guerra, con viejos temas, papeles y directores, pero también con otros nuevos (*Marajá contra su voluntad*, *El secreto de un matrimonio*, *Todo por papá*). Para toda una generación encarnó a la mujer elegante y a la vez enérgica y risueña. Mientras que muchos actores, actrices y directores con los que había trabajado abandonaron o tuvieron que abandonar Alemania después de 1933, ella no sólo se quedó, sino que entró a formar parte de la selecta sociedad que escoltaba a los líderes nazis en las recepciones organizadas para mostrar de puertas afuera una imagen cosmopolita, especialmente a Joseph Goebbels, Joachim von Ribbentrop y Adolf Hitler, el mayor admirador de la actriz, junto al que aparece exhibiendo toda su belleza en una fotografía tomada durante una fiesta veraniega.



30. Olga Chéjova.

Sorprende mucho una carrera así en una mujer que provenía del «clan Chéjov» (Renata Helker). Olga Knipper-Chéjova, esposa de Antón Chéjov y legendaria actriz del Teatro de Arte de Moscú, era su tía; el actor Mijaíl Chéjov, que después de emigrar haría carrera en Hollywood, era su marido; Olga, su hija, y Vera, su nieta, prolongarían más adelante en la República Federal Alemana la tradición artística y teatral de la célebre familia.180 Pero, de hecho, la biografía de Olga Chéjova es representativa del tumultuoso siglo XX: procedía de una familia germano-rusa de Moscú, huyó de la Guerra Civil, se sintió irresistiblemente atraída por la cultura de la República de Weimar, asistió a la fatal coexistencia de ilusión fílmica y barbarie nazi, y al nuevo comienzo, que en realidad no lo fue, en la Alemania Occidental de la postguerra. La estrecha relación entre el currículo de Olga Chéjova y los acontecimientos del siglo quedó patente en las discusiones surgidas en torno a los informes sobre su colaboración, real o falsamente atribuida, con los servicios secretos de la Unión Soviética. Como es sabido, a Olga Chéjova la detuvo en su casa de Berlín-Gatow el Ejército Rojo cuando éste invadió la capital del Reich en abril de 1945. Fue trasladada en avión a Moscú e interrogada durante tres meses por funcionarios del servicio de contrainteligencia (SMERSH) y del NKVD, antes de ser enviada de vuelta a Berlín. Las actas que han salido a la luz no prueban que Olga Chéjova realizara labores de espionaje para la Unión Soviética, pero sí que fue utilizada y

explotada como fuente de información, entre otros por su hermano, el compositor Lev Knipper, que era además colaborador de los servicios de espionaje.[181]

En lo que respecta a la historia de los perfumes, la vida de Olga Chéjova no interesa por sus méritos como actriz ni por su cercanía con los líderes del Tercer Reich, ni siquiera por las especulaciones sobre sus posibles vínculos con el espionaje soviético. Olga Chéjova no sólo tuvo «tres vidas»—en Rusia, en la Alemania de entreguerras y de la época nazi, en la República Federal Alemana—, sino también dos carreras, dos profesiones: además de actriz, era profesional de la cosmética, de hecho se había titulado en Cosmética.

Tal como escribe en sus memorias—poco fiables y a menudo confusas—, al concluir su carrera en el cine inició una segunda vida: «Vendí mi casa de Kladow y cambié Berlín por Múnich. En el centro mismo de la metrópolis bávara abrí mi primer salón de cosmética».[182] Aprovechando conscientemente su fama de estrella de cine, fundó en 1955 la sociedad colectiva Olga Chéjova Kosmetik OHG con siete empleados, aunque muy pronto fueron cien. Estableció un laboratorio, contrató a químicos y desarrolló sus propias fórmulas. Estaba tan comprometida con este proyecto empresarial que vendió sus joyas y antigüedades para financiarlo. Sobre todo actuó de manera profesional:

> He renovado constantemente los conocimientos de cosmética adquiridos hace décadas en Alemania y en el extranjero: un diploma en Bruselas, un diploma de la Université de Beauté de París, clases en las universidades de Berlín y Múnich, asesoramiento y conversaciones exhaustivas en Londres con el célebre biólogo Bogomolets, que me anima a desarrollar mis propias fórmulas. Gracias a estos estudios he llegado a la conclusión de que es posible fomentar la regeneración del cuerpo y de las células, pero para ello no basta con aplicar ciertas sustancias orgánicas. El paciente debe contribuir tenaz y activamente, por ejemplo, mediante una dieta libre de toxinas.[183]

Basta echar un vistazo a la lista de sus perfumes para darse cuenta de que Chéjova acabó desarrollando un mundo aromático propio: Annonce, Chapitre, Madame, Mademoiselle, Monsieur, Tschechowa, Nancy, Theoreme, Vesná, Dúschenka y Green Season. Todos ellos fueron producidos por la sociedad anónima Kosmetikfirma GmbH de Múnich.[184]

Pero más importante que los perfumes era su propio prestigio—y la comercialización de su prestigio—de «mujer sin edad», su reputación como asesora en cuestiones de cosmética y estética, como conferenciante y consejera. Lo atestiguan los títulos de los libros que escribió o editó durante la postguerra y los años del milagro económico: *Plauderei über die Schönheit!* (‘¡Hablemos de belleza!’), con dibujos de la autora, o *Frau ohne Alter. Schönheits- und Modebrevier* (‘Di adiós a la edad. Una guía de belleza y moda’), que también era un

manual para las personas empleadas en el sector de la cosmética, ya que contaba con la colaboración «cosmetológica» de médicos, biólogos y químicos.[185] Estos libros abordaban, a veces de manera informal y otras con exactitud enciclopédica, cuestiones centrales del cuidado y la belleza: la base médica de ciertos tratamientos, diversos remedios para combatir las arrugas, explicaciones sobre el funcionamiento de las hormonas y las glándulas sebáceas, consejos para dormir bien y mantener una dieta saludable, recomendaciones sobre máscaras faciales y, por último, indicaciones sobre la «meca de los aromas». Olga Chéjova ofreció a sus lectoras un *ranking* de los mejores perfumes a su juicio: Chanel № 5, Lelong, Lanvin, Schiaparelli, Dior, Patou.[186]

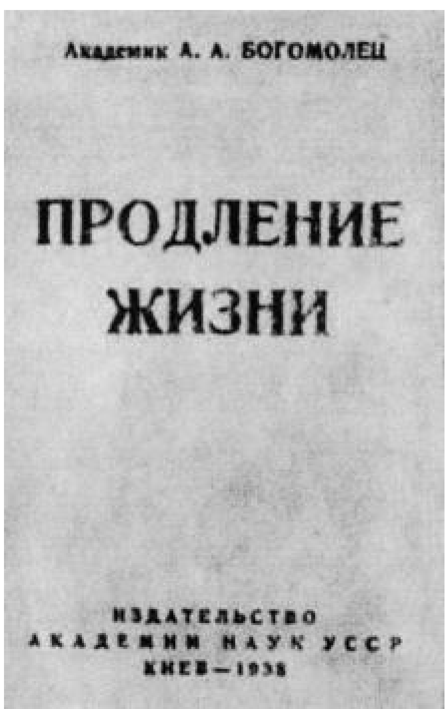
Para ella, no obstante, lo primordial no era dar consejos de tipo técnico o higiénico, sino inculcar la actitud necesaria para mantenerse joven. Una y otra vez le pedían que desvelara «el secreto de su eterna juventud y lozanía». Ella misma no creía en remedios milagrosos, sino en la importancia de llevar un tipo de vida determinado y en la autodisciplina necesaria para atenerse a ella:

> Hay que mantener una actitud positiva ante las vicisitudes de la vida, que nos depara alegrías, preocupaciones, padecimientos y decepciones; es fundamental la disposición hacia nuestros semejantes, la elección de las amistades, la manera en que nos relacionamos con propios y extraños, el cuidado del hogar, la convivencia familiar, el trato que damos a los animales y a todos los seres vivos. En suma: ¡tratar de salir airosas de nuestra vida cotidiana con sus alegrías y tristezas!

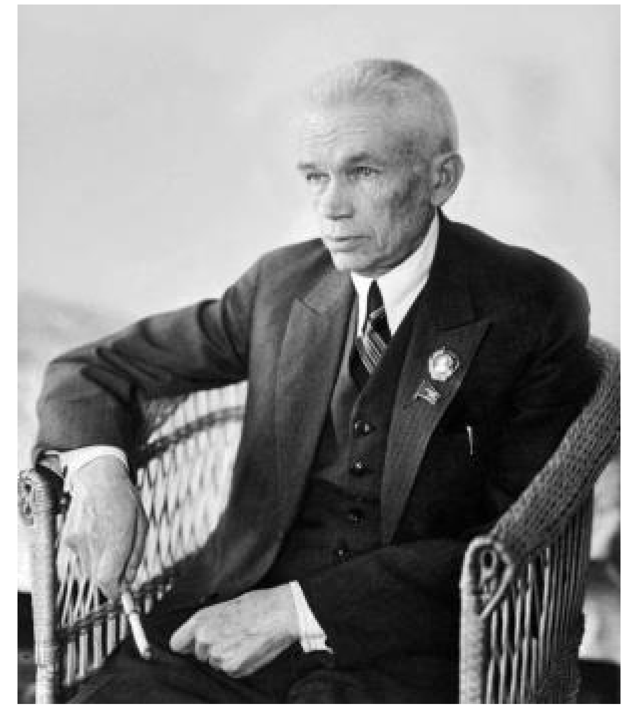
Todo esto se condensa en máximas de manual práctico: «Acepta todo tal como llegue», «No te tomes a ti misma tan en serio», «Trata de crear tu propio paraíso en la tierra. (¡Tal vez no hay otro!). Aprende a amar la belleza de este mundo».[187]

Hay muchas razones para sospechar que la filosofía de Chéjova sobre la voluntad de llevar una vida bella y satisfecha era algo más que simple palabrería. En sus memorias mencionaba el diploma concedido por la parisina «Université de Beauté» y las conversaciones con el «doctor Bogomoletz». Su «Université de Beauté» era en realidad la Académie Scientifique de Beauté, fundada en 1890 para «ponerse al servicio de la belleza». Estaba situada en el número 376 de rue Saint Honoré y era una forma embrionaria de los salones de belleza profesionales. La Académie publicó el primer *Manual de belleza femenina*, abrió la primera escuela de cosmética y editó guías de cosmética con base científica. Obtuvo la medalla de oro en la Exposición Colonial Internacional de París, y en 1936 registró su primera patente cosmética. Con motivo del 125.º aniversario de su fundación, el sitio web de la Académie proclamaba: «La Académie Scientifique de Beauté lleva más de un siglo poniendo su experiencia al servicio de la belleza […] Desde la célebre Princesse des Crèmes, creada en 1890, hasta la impactante Formule Merveilleuse, la empresa no ha dejado de sorprender al mundo entero».[188]

Pero ¿quién era ese «doctor Bogomolets» al que mencionaba Chéjova en sus memorias? Sólo podía tratarse de Aleksandr Aleksándrovich Bogomolets (1884-1946), médico nacido en Ucrania en el seno de una familia de la *intelligentzia* con inclinaciones subversivas. Publicó estudios pioneros en los campos de la fisiopatología, la inmunología y la gerontología, impulsó la fundación de la Academia Ucraniana de las Ciencias y llegó a ser un científico muy laureado: entre sus distinciones se encuentran el Premio Lenin de 1941, el de Héroe del Trabajo Socialista en 1944, dos Órdenes de Lenin, la Orden de la Guerra por la Patria y la Orden de la Bandera Roja.[189] En 1937, ya como diputado del Sóviet Supremo, viajó a la Exposición Universal de París en calidad de científico más distinguido de la Unión Soviética, y en la capital de Francia actuaba por entonces Olga Knipper-Chéjova con el Teatro del Arte de Moscú. Bogomolets se había labrado un currículum imponente: accedió muy pronto a una cátedra y contaba con la admiración de Iván P. Pávlov, el célebre fisiólogo y premio Nobel.



31. Ejemplar del libro de Aleksandr A. Bogomolets *Prodlénie zhizni* (‘Vivir más años’), Kiev, 1939.



32. Aleksandr A. Bogomolets.

Antes de la Primera Guerra Mundial ejerció su profesión en la Sorbonne, intervino a favor de los derechos de la mujer y, durante la Guerra Civil, levantó con su propio dinero en Sarátov un laboratorio epidemiológico y desarrolló un suero capaz de estimular la respuesta inmune en caso de herida y fractura—el conocido como «suero de Bogomolets»—, que desempeñaría un papel muy importante en la Segunda Guerra Mundial salvando la vida a miles de heridos. Desarrolló asimismo métodos para la transfusión y la conservación de la sangre, fundó una revista de fisiología y colaboró en la fundación en Kiev de la Academia Ucraniana de las Ciencias, que presidiría en 1930. La creación de un Instituto Gerontológico y la publicación, en 1939, del libro *Alargar la vida* nos ponen sobre la pista de uno de sus principales campos de investigación: la lucha contra el envejecimiento prematuro. Estaba convencido de que, en el futuro, el ser humano podría alcanzar los ciento cincuenta años. Como atestigua el Instituto para Hematología y Transfusiones Sanguíneas fundado por el «rival de Lenin» Aleksandr Bogdánov, en el que también había trabajado Bogomolets, la idea de superar las enfermedades, e incluso la muerte, flotaba en el eufórico ambiente de la URSS durante la década de 1920.[190] Lo confirman diversas declaraciones de Trotski y de destacados representantes del «biocosmismo». La búsqueda de fórmulas para alargar la vida que tanto obsesionó a Bogomolets—y por la que también se interesó Stalin, cuyo régimen asesinó a millones

de personas—confluía con el sueño de Olga Chéjova, la «mujer sin edad», un sueño que traspasaba fronteras.

La desintegración de la Unión Soviética no supuso para muchos «la mayor catástrofe geopolítica del siglo XX», tal como proclamó el presidente Putin en 2005, sino más bien una sucesión de pequeñas y, en ocasiones, felices catástrofes, como ocurrió en la industria cosmética y perfumera soviética. Influyentes centros de producción de la industria perfumera pasaron de la noche a la mañana a estar fuera de las fronteras, en diferentes Estados. La fábrica Dsintars, en Riga; la Álie Parusá, en Kiev, y la Iberia, en Tiflis, se hallaban de pronto en medio de repúblicas independientes, se había interrumpido el suministro de aceites esenciales provenientes de las plantaciones de Crimea y Asia Central, y la red de distribución estaba bloqueada. Pero, sobre todo, se había perdido el prestigio de unas marcas autóctonas que, a pesar de haberse establecido durante varias generaciones, no resistieron la presión de las marcas extranjeras que inundaban el mercado soviético.[191] En los centros de las grandes ciudades soviéticas empezaron a asomar los eslóganes de las multinacionales: Rochas, Guerlain, Dior, Cartier, Gucci y muchas más. Las tiendas insignia ya no sólo se abrían en Nueva York, Tokio, Hong Kong o Shanghái, sino también en la calle Tverskáia o en el hotel Luxury City de Moscú. Las grandes fábricas perfumeras autóctonas—Nóvaia Zariá ('Aurora Roja') o Sévernoie Sianie ('Luz Boreal')—fueron absorbidas y siguieron funcionando bajo control extranjero o bien tuvieron que cerrar, por un tiempo o para siempre. Pero los especialistas, dotados de fino olfato, advirtieron que no sólo desaparecían los nombres de las empresas perfumeras, sino también el aroma especial del perfume soviético. Con las nuevas esencias de otras regiones del mundo surgieron también nuevas notas y nuevos aromas. Los conocedores del sector perfumero soviético y ruso mostraban preocupación: por muy seductores que fueran esos aromas nuevos, ¿no deberían ser también «nuestros», es decir, aromas de la patria rusa? Lamentaban la pérdida de calidad, que antes aseguraban los estrictos estándares y normas de producción, y se quejaban también de las falsificaciones masivas que inundaban el país. Después del colapso del sistema socialista, cientos de miles de los así llamados «turistas de *shopping*» se pusieron en camino para proporcionar un mínimo suministro y ganarse un dinero extra que les permitiera mantener a flote a sus familias en una época de crisis. Cientos de miles de esos turistas y viajantes hormigueaban durante semanas y meses para mantener activas las rutas comerciales del país y las que lo unían con el extranjero. Un interminable flujo de ida y vuelta entre Moscú y Dubái, Odesa y Estambul, Leningrado/ San Petersburgo y Helsinki, Sverdlovsk/Ekaterimburgo y Tianjin nutría la circulación de mercancías, sin la cual se habría paralizado el aprovisionamiento del país. Transportaba los más diversos alimentos y

productos de consumo.

Quien visitaba en la década de 1990 los bazares de los alrededores del Estadio Olímpico de Moscú, las estaciones terminales del metro de Leningrado o el «séptimo kilómetro» de Odesa—el mayor mercado en el sudoeste de Ucrania—descubría gigantescos centros comerciales, verdaderas caravanas con toda la infraestructura necesaria: estaciones de autocares interurbanos, comisarías de policía, establecimientos de comida rápida, albergues para pernoctar, ciudades enteras con tiendas de campaña, contenedores apilados…, un espectáculo que recordaba los inicios del comercio, los zocos, los mercados medievales, el hervidero de las ferias, el mundo de los pasajes. No era posible llamar a esos lugares «mercado negro», ya que todo tenía lugar a plena luz del día y en superficies kilométricas a las puertas de la ciudad. La economía informal pero real había arrollado por un instante (muy largo) a la economía formal, la que aparecía registrada en las estadísticas pero era totalmente ficticia. No había nada que no pudiera encontrarse allí: zapatillas Reebok y Adidas, artículos de cuero turcos, marcas de ropa italianas, juegos electrónicos coreanos, zumo de manzana de la región del lago de Constanza, preservativos, vestidos de novia, griferías para el baño, una lista interminable de productos, el fiel reflejo de las necesidades de una sociedad que había perdido el compás. Y de ninguna manera podían faltar los perfumes, de todo el mundo y para todos los monederos, comprados en Estambul, Nápoles, Alejandría, Urumchi y revendidos hasta en la provincia rusa más remota. Se podía encontrar cualquier marca, desde Armani, Cartier, Chanel y Elizabeth Arden hasta Ermenegildo Zegna, naturalmente todas ellas falsificadas. Lo importante en esos años era el nombre, el *label* que concedía al portador el estatus de triunfador, y no la calidad del producto. Los «nuevos mercados emergentes» del bloque del Este eran en realidad mercados paralelos fragmentados: de un lado, las zonas del consumo de lujo, con sus tiendas insignia y sus lujosas boutiques, y del otro, los bazares con las marcas falsificadas asequibles también para el ciudadano de a pie.[192]

El ímpetu con que se introdujeron las multinacionales de la cosmética y la perfumería en los nuevos mercados del antiguo bloque del Este, la velocidad a la que se implantaron en las zonas más exclusivas de las metrópolis postsoviéticas, no sólo testimoniaban la debilidad de los mercados soviéticos, sino el poderío de las empresas de la industria del lujo, que en los años de la segunda globalización se situaban a la cabeza de los agentes globales más pujantes.[193] Vuitton, Elizabeth Arden, Prada, Chanel, todos ellos hicieron inmediatamente acto de presencia. Las empresas del sector del lujo más importantes del mundo presentaban sus colecciones en lugares señeros: Karl Lagerfeld, por ejemplo, lo hizo en el Teatro Maly de Moscú.[194] Las

firmas de moda occidentales jugaban con la gran tradición rusa: el lujo de la aristocracia, el refinamiento de la «Edad de Plata» y las atrevidas formas de la vanguardia. Vuitton celebró el aniversario de la compañía con una gigantesca maleta de dos pisos de altura—en el interior de la cual se presentaba la historia de la firma—apostada en medio de la Plaza Roja, justo delante de la fachada iluminada de los grandes almacenes GUM, con el mausoleo de Lenin al fondo.[195] La marcha triunfal de los perfumes occidentales fue una de las muchas—si bien de las principales—que revolucionaron el estilo de vida en los centros urbanos de la antigua Unión Soviética. Este «cambio de decorado»—el críptico eufemismo para aludir a la revolución al que solía recurrir la literatura rusa decimonónica—se llevó a cabo a todos los niveles: las viviendas se redecoraron, la gente viajaba a las islas Canarias o a Venecia, consumía queso francés y vino tinto.

Pero enseguida surgió la reacción de quienes consideraban el cambio una invasión extranjera: muchos se lanzaron en busca de ese tiempo perdido, la época soviética, cuyos aromas también se habían esfumado. Las viejas marcas retornaron al mercado y alcanzaron gran popularidad. Krásnaia Moskvá volvió a estar en venta. Brotó un renovado orgullo y surgió un movimiento en busca de las huellas y reliquias del mundo extinguido. Prácticamente en todos los bazares y rastros existía un puesto con frascos de la época soviética o prerrevolucionaria; los encargados eran profundos conocedores de la materia y los clientes, expertos aficionados que se afanaban por engrosar sus colecciones privadas. Internet se ha llenado de portales en los que se publican nuevos descubrimientos, pérdidas, comentarios de entendidos y fotos de álbumes familiares. En el espacio virtual, el frasco se convierte en un centro alrededor del que gira la memoria colectiva de toda una generación. Se inauguran museos de cosmética y perfumes: por ejemplo, el Museo Moscovita de la Moda de la calle Ilinka, en el barrio Kitai-Górod, o el Museo Moscovita del Perfume, en el número 36/2 de la calle Arbat. En este contexto deben situarse también las lujosas ediciones de libros ilustrados en los que se explica la historia del perfume en Rusia y los frascos son los protagonistas. E inevitablemente los precios de los frascos *vintage* se han puesto por las nubes: por una botellita de agua de colonia Troinói—sin abrir—se han llegado a pagar treinta y cinco mil rublos, es decir, setecientos euros. Aún es posible encontrar tales tesoros en cuanto dejamos atrás la perfumería *duty-free* del aeropuerto y sus olores archiconocidos.

EL FRASCO DE MALÉVICH

En esta marea de recuerdo, nostalgia y búsqueda de la presunta belleza perdida debemos reservar un espacio al descubrimiento del frasco creado por Kazimir Malévich. Entre finales de 2017 y comienzos de 2018 se celebró en el pabellón El Obrero y la Koljosiana —nombre de la escultura monumental de Vera Mújina que coronaba el pabellón soviético en la Exposición Universal de París en 1937— una exposición con el significativo título de *No sólo el «Cuadrado negro»*. La exposición sorprendía con la sensacional noticia, incluso para el público más familiarizado con el autor, de que Malévich había diseñado el frasco de una de las fragancias más populares de la Unión Soviética: el frasco del agua de colonia Séverni. Kazimir Malévich, que con su *Cuadrado negro* abrió las puertas del arte abstracto, asumía de pronto el papel de diseñador de un artículo tan profano como un frasco de perfume, y eso había ocurrido ¡antes de la Revolución! Aleksandra Shátskij, probablemente la mayor experta en Malévich y Chagall, rastreó durante tiempo la pista y finalmente se ha confirmado. Shátskij mantuvo una estrecha relación con descendientes de la familia de Malévich y halló en su casa indicios de que el artista, en sus años tempranos, cuando acababa de llegar de Kursk a Moscú y estaba obligado a alimentar a su familia, aceptó encargos remunerados que poco o nada tenían que ver con su vocación de artista: carteles y anuncios publicitarios, dibujos y, por lo visto, también diseños de objetos. Aleksandr Brokar, hombre con sensibilidad artística que había heredado la empresa de sus padres, encargó a Malévich el diseño del frasco para la colonia Séverni ('Norte').[196] Según Aleksandra Shátskij, debió de suceder a comienzos de la década de 1910. Malévich ya había llamado la atención con una serie de cuadros impresionistas y simbólicos, además de con retratos y paisajes luminosos. Aceptó el encargo por motivos exclusivamente pecuniarios. Faltaban pocos años para que, en 1915 o 1916, presentara su *Cuadrado negro*, esa obra que lo daría a conocer en el mundo como pionero del arte abstracto y fundador del Suprematismo.[197]

Malévich sorprendió con un frasco compuesto de tres piezas y 19,5 centímetros de alto. El cuerpo de vidrio tallado, recubierto por una finísima red de grietas (*craquelé*), se cerraba mediante un tapón de cristal coronado por un cono de forma irregular, fácilmente identificable como un iceberg a cuya punta se aferra—como tratando de no resbalarse—un oso polar esculpido con sumo esmero. Las zarpas, la piel, la cola y el rostro son de una delicadeza extrema y están finamente labrados. Adel Jakovlevna Jokobson, artista especializada en el tallado de vidrio, fue la encargada de realizar el

trabajo manual y técnico, lo que debió de ser uno de los motivos de que Malévich, el autor del boceto sobre el papel, cayera en el olvido. Desde el mismo día de 1911 en que el frasco se lanzó el mercado hasta que, en 1966, se interrumpió provisionalmente la producción, el oso en la punta del iceberg se convirtió en el sello distintivo de Séverni. Se vendieron millones y, junto a las marcas Shipr y Troinói, se convirtió en la colonia más popular de la Unión Soviética; el frasco quedó grabado en la memoria de generaciones enteras, millones de personas crecieron con un oso polar que, si bien sufrió ciertas modificaciones y adquirió un aspecto más basto, siguió siendo fácilmente identificable como símbolo de la marca. Un auténtico emblema, un auténtico «lugar de la memoria».[198]



33. Frasco de agua de colonia Séverni ('Norte') con el oso polar, diseñado por Kazimir Malévich.



34. Frasco de Rallet Nº 1.

Malévich debió de verse obligado a familiarizarse con los detalles técnicos de la fabricación del frasco, sobre todo con el tallado del vidrio. Algunos de sus cuadros apuntan en esta dirección: por ejemplo, las obras cubistas *El afilador de cuchillos* y *Caja de vanidad*.[199] Además, basándose en un cartel publicitario que muestra al oso polar recortado sobre un fondo oscuro en el que brilla el sol naciente, Aleksandra Shatskij ha apuntado la posibilidad—muy verosímil—de que exista relación entre el fondo oscuro atravesado por finos rayos de sol del cartel y la ópera *Victoria sobre el sol*, en la que trabajaba por entonces Malévich junto con otros vanguardistas como Velimir Jlébnikov, Mijaíl Matiushin y Alekséi Kruchónij. La ópera se estrenó en 1913 y de inmediato fue considerada como el manifiesto fundacional de la obra de arte total revolucionaria y futurista (casi podría decirse que de forma simultánea a lo que estaba desarrollando en esos mismos años su compatriota y contemporáneo Serguéi Diáguilev con los Ballets Rusos de París).[200]

El frasco con el oso de Malévich también refleja en buena medida el «espíritu de los tiempos». A principios del siglo XX se vivía el momento culminante en la conquista del Polo Norte, la última *terra incognita* que quedaba por descubrir. En 1908 Frederick Cook viajaba al Polo Norte, y un año después Robert Peary continuaría una carrera seguida con expectación en el mundo entero. Después de la Revolución, la potencia soviética declaró asunto de Estado la conquista y la anexión

del Polo Norte. Durante la década de 1930, la propaganda y los medios de comunicación soviéticos celebraban como grandes acontecimientos los vuelos sobre el Polo Norte y la apertura de la ruta marítima del norte.[201] No sorprende que una colonia que se llamaba Norte y tenía un oso polar como símbolo se convirtiera en accesorio de la vida cotidiana soviética.

Este descubrimiento tal vez impulse de nuevo la discusión sobre el origen del frasco de Chanel № 5. Es posible que el lacónico y minimalista objeto de cristal que se ha convertido en un clásico digno de ser exhibido en el neoyorquino Museum of Modern Art deba menos al minimalismo y la abstracción geométrica de un Piet Mondrian—como suponen algunos historiadores del arte—que al sencillo frasco de metal que solían llevar consigo los oficiales del ejército zarista: la cantimplora conocida en ruso con el nombre báltico-germano de *shtof*. Hay indicios de que este recipiente habitualmente lleno de vodka sirvió de modelo para el frasco de perfume Rallet № 1 que Ernest Beaux presentó en 1914, unos años antes de que apareciera Chanel № 5.[202]



35. Cantimploras *shtof*.

En lo que respecta al frasco de agua de colonia Séverni, generaciones enteras y millones de personas han utilizado a lo largo de décadas un objeto común y corriente sin tener la menor idea de que había brotado del genio de Kazimir Malévich. La fusión de sofisticado diseño y utilidad de un artículo de producción masiva materializaba la estetización de lo cotidiano, el sueño de los vanguardistas, aunque ni los artífices ni los consumidores fueran conscientes de ello. A lo largo de un siglo, tras superar innumerables cambios, rupturas y catástrofes,

el arte y la vida cotidiana habían encontrado una manera de aliarse prácticamente a espaldas tanto de los productores como de los consumidores.

Ahora que ha concluido el «siglo de los extremos» también ha llegado la hora de reunir dos historias que tuvieron un origen común y transcurrieron en paralelo, pero a menudo enfilaron senderos distintos. Ha sido preciso volver la mirada hasta la época de la globalización dinamitada por la Primera Guerra Mundial y la Revolución rusa, al punto de partida de dos creadores geniales cuyos perfumes se convirtieron para millones de personas en la quintaesencia de la fragancia y la fuerza seductora de la belleza. Ambas creaciones evolucionaron de forma distinta, pero tuvieron mucho más en común de lo que creían sus contemporáneos.

Una vez que han salido a la luz las relaciones ocultas e inconscientes, sería posible reunirlas, mostrarlas una junto a la otra. El lugar más adecuado para hacerlo sería un archivo universal, o un museo universal de los aromas: en Grasse, en la Costa Azul, donde todo empezó y que ya dispone de un museo; en la Osmothèque de Versalles, tan cerca de París, la capital mundial de los aromas; en Moscú, que actualmente trata de rescatar su propia historia; o incluso en el Museum of Modern Art de Nueva York, donde el frasco de Krásnaia Moskvá, e incluso el oso polar sobre el iceberg de Kazimir Malévich, podrían exhibirse junto al de Chanel № 5.

BIBLIOGRAFÍA

«Académie Scientifique de Beauté», en: http://www.academiebeaute.de/de/the-brand/history.html. [En español: https:// www.academiebeaute.com/es/pages/le-groupe].

ALILÚYEVA, Svetlana, *Zwanzig Briefe an einen Freund*, Zúrich, Fritz Holden, 1967. [Existe traducción en español: *Rusia, mi padre y yo*, trad. Augusto Vidal, Barcelona, Planeta, 2005].

AMATULLI, Cesare, Irina Bugakova, Matteo De Angelis, Guido Gianluigi y Emanuela Stagno, «The Luxury Fashion Market in Russia: Evolution and Future Opportunities», en: Alessandra Vecchi y Chitra Buckley (eds.), *Handbook of Research on Global Fashion Management and Merchandizing*, Hershey, IGI Global, 2016.

ANTÓNOVA, Irina, *et al.*, *Chanel: l'art comme univers / Shanel: po zakónam iskusstva*, Moscú, Museo Estatal de Bellas Artes A. S. Pushkin, 2007.

«Aromati soviétskoi zhénschini», en: https://back-in-ussr. com/2015/05/aromaty-sovetskoy-zhenschiny.html.

AVETISIÁN, Roksana, «Minpromtorg izucháet vozmózhnost ímportozameschenia v parfiumeri», en: https://iz.ru/634495/ roksana-avetisian/minprom-torg-zadumalsia-ob-importozameshchenii-kosmetiki-i-duchov.

BARTHES, Roland, «The Match between Chanel and Vourrèges. As refereed by a philosopher», *Marie Clair*, septiembre de 1967, en: Jean-Louis Froment, *Nº 5 Culture Chanel*, catálogo de exposición, Nueva York, Abrams, 2013, pp. 43 y 44.

BARTLETT, Djurdja, *Fashion East. The Spectre that Haunted Socialism*, Cambridge (Massachusetts), The MIT Press, 2010.

BEEVOR, Antony, *El misterio de Olga Chejova*, trad. David León, Barcelona, Booket, 2012.

BELOVA, Anna, «"Zhemchúzhina" Viacheslava Mólotova: Supruga narkoma, kotóruiu nenavídel Stalin», en: https://kulturologia.ru/blogs/071218/41551/.

BENALLOUL, Gabriel, Géraud Buffa y Frédéric Pauvarel, *Grasse. L'usine à parfums*, Lyon, Lieux Dits, 2015.

BENJAMIN, Walter, *Libro de los pasajes*, ed. Rolf Tiedemann, trad. Isidro Herrera Baquero, Luis Fernández Castañeda y Fernando Guerrero, Madrid, Akal, 2005.

BENTON, Tim, Charlotte Benton y Ghislaine Wood, *Art Deco*: *1910-1939*, catálogo de exposición, Londres, V&A Publishing, 2003.

BOGOMOLETS, Aleksandr A., *Prodlénie zhizni*, Kiev, Editorial de la Academia Nacional de Ciencias de la República Socialista Soviética de Ucrania, 1939.

«Bogomolets, Aleksandr Aleksándrovich», en: https:// ru.wikipedia.org/wiki/ Богомолец, _Александр_ Александрович.

BORÍSOV, Serguéi, «Famous Artists as Perfume Bottle and Packaging Designers», en: https://www.fragrantica.com/news/ Famous-Artists-as-Perfume-Bottle-and-Packaging-Designers-10473.html.

BORTSCHAGOWSKI, Alexander, *Orden für einen Mord. Die Judenverfolgung unter Stalin*, trad. Alfred Frank, Berlín, Propyläen, 1997.

«Brokar–NóvaiaZariá–NouvelleÉtoile.Triímeniodnóileguendi», en: http:// www.gdeparfum.ru/docs/document_3105.php.

BULGÁKOV, Mijaíl, *El maestro y Margarita*, pról. José María Guelbenzu, trad. Amaya Lacasa, Barcelona, Penguin Random House, 2014, edición digital.

CHARLES-ROUX, Edmonde, *Descubriendo a Coco*, trad. Orlando C. Aprile, Barcelona, Lumen, 2009.

CHÉJOVA, Olga, *Meine Uhren gehen anders*, Múnich-Berlín, Herbig, 1973.

CHÚIEV, Féliks, *Sto sórok besed s Mólotovim. Iz dnevnika F. Chúieva*, Moscú, Terra, 1991, en: http://stalinism.ru/elektronnaya-biblioteka/sto-sorok-besed-s-molotovyim.html.

CLASSEN, Constance, David Howes y Anthony Synnott, *Aroma. The Cultural History of Smell*, Londres, Routledge, 1994.

COCTEAU, Jean, «Le retour de Mademoiselle Chanel», *Le Nouveau Fémina*, marzo de 1954, en: Jean-Louis Froment, *Nº 5 Culture Chanel*, catálogo de exposición, Nueva York, Abrams, 2013, p. 5.

CORBIN, Alain, *El perfume o el miasma: el olfato y lo imaginario social. Siglos XVIII y XIX*, trad. Carlota Valle Lazo, México D.F., FCE, 2002.

DAVID-FOX, Michael, *Crossing Borders. Modernity, Ideology, and Culture in Russia and the Soviet Union*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, 2015.

«Delo Yevréiskogo Antifashístkogo Komiteta, Dokument n.º 2, Zapiska M. F. Shkiriatova i V. S. Abakúmova o P. S. Zhemchúzhinoi, 27.12.1948», en: RGASPI, f. 589, op. 3, d. 6188, ll. 25-31, en: https://www.alexanderyakovlev.org/copyright.

«Delo Yevréiskogo Antifashístkogo Komiteta, Dokument n.º 14, L. P. Beria – v prezídium TSK KPSS o rezultátaj izuchenia obstoiátelstv aresta i osuzhdenia P.S. Zhemchúzhinoi, 12.05.1953», en: APRF, f. 3., op. 32, d. 17, ll. 131-134, en: https://www.alexanderyakovlev.org/copyright.

DIMITROFF, Georgi, *Tagebücher*, 2 vols., ed. Bernhard H. Bayerlein, trad. Wladislaw Hedeler y Birgit Schliewenz, Berlín, Aufbau, 2000.

DOLGOPÓLOV, Nikolái, «Neizvéstnaia rol Olgui Chéjovoi», *Ródina*, 6, 2016, en: https://rg.ru/2016/06/09/rodina-chehova. html.

DOLGOPÓLOVA, Natalia, *Parfiumeria v SSSR. Obzor i lichnie vpechatlenia kolleksionera. Kniga pérvaia*, 2 vols., Moscú, Galart, 2016.

DÖRING, Jürgen (ed.), *Ästhetik und Verführung. Parfum*, catálogo de exposición, Múnich-Berlín-Londres-Nueva York, Prestel, 2005.

DUSHISTI, Guénrij, «Pervi sekret "Shanel N5"», *Kommersant*, 15 de octubre de 2007, en: http://www.kommersant.ru/ doc/813950.

ERMÍLOVA, Daria, «Soviétskaia moda», en: V. Zúseva (ed.), *Sovietski stil. Vremia i veschi*, Moscú, AST, 2012, pp. 10-37.

FITZPATRICK, Sheila, *El equipo de Stalin: Los años más peligrosos de la Rusia soviética, de Lenin a Jrushchov*, trad. Gonzalo García, Barcelona, Crítica, 2016, edición digital.

FLANNER, Janet, «Perfume and Politics», *The New Yorker*, 3 de mayo de 1930, en: https://www.newyorker.com/magazine/1930/05/03/perfume-and-politics.

FRIDMAN, R. A., *Tejnologuia parfiumeri*, Moscú, Pishepromizdat, 1949.

FROMENT, Jean-Louis, *Nº 5 Culture Chanel*, catálogo de exposición, Nueva York, Abrams, 2013.

GILBURD, Eleonory, *To See Paris and Die. The Soviet Lives of Western Culture*, Londres-Cambridge (Massachusetts), Harvard University Press, 2018.

GOLD, Arthur, y Robert Fizdale, *Misia. Muse - Mäzenin - Modell. Das ungewöhnliche Leben der Misia Sert*, trad. Jürgen Abel, Berna-Múnich, Scherz, 1981. [Existe traducción en español: *Misia*, trad. Jordi Fibla, Barcelona, Destino, 1983].

GOUTELL, Philip, «Perfume Projects. Museum of Modern Perfume. Lightyears Collection», en: www.perfumeprojects.com/ museum/Museum.shtml.

GREEN, Annette, y Linda Dyett, *Secrets of Aromatic Jewelry*, París-Nueva York, Flammarion, 1998.

GRONOW, Jukka, *Caviar with Champagne. Common Luxury and the Ideals of the Good Life in Stalin's Russia*, Oxford-Nueva York, Berg, 2003.

GÚROVA, Olga, *Soviétskoie nízhneie belió. Mezhdu ideológuiei i povsednévnostiu*, Moscú, Nóvoie Literatúrnoie Obozrenie, 2008.
HARMS, Ingeborg, «Der Geist des Dufts. Im Pariser Palais de Tokyo feiert Chanel sein Parfum № 5 – und wird damit Teil der Kulturgeschichte», *Die Zeit*, 2 de mayo de 2013.
HELKER, Renata, *Die Tschechows. Wege in die Moderne*, ed. Deutsches Theatermuseum München, Múnich, Henschel, 2005.
HILLIER, Bevis, y Stephen Escritt, *Art Deco Style*, Nueva York, Phaidon, 1997.
HÖSS, Rudolf, *Yo, comandante de Auschwitz*, trad. Juan Esteban Fassio, Madrid, Arzalia, 2022, edición digital.
HUBER, Elena, *Mode in der Sowjetunion 1917-1953*, Viena, Praesens, 2011.
IOSSELSON, G. G., *Správochnik proizvódstvennika parfiumera*, Moscú, Gizlegprom, 1933.
JELLINEK, Paul, *Die psychologischen Grundlagen der Parfümerie*, ed. J. Stephan Jellinek, Heidelberg, Hüthig, 1994.
JONES, Geoffrey, *Beauty Imagined. A History of the Global Beauty Industry*, Oxford-Nueva York, Oxford University Press, 2010.
KABAKOVA, Galina, «Zápaj Smerti–Geruch des Todes–», *Slavianovédenie*, 6, 2000, pp. 21-25.
—, « Zápaji v rússkoi kulture», *Zhívaia stariná*, 2, 1998, pp. 36-38.
KASPÁROV, G. N., *Parfiumerno-kosmetícheskoie proizvodstvo*, Moscú, Agropromizdat, 1989.
KASTNER, Jeffrey, «The Art of Scent: 1889-2012», *Artforum*, febrero de 2013.
Kazimir Malevich 1878-1935, catálogo de exposición, Ámsterdam-Moscú-San Petersburgo, Stedelijk Museum, 1988.
KESSLER, Harry, *Das Tagebuch 1880-1937*, t. 8, Stuttgart, KlettCotta, 2009. [Existe traducción parcial en español: *Diario (1893-1937)*, trad. Raúl Gabás Pallás, Barcelona, La Vanguardia Ediciones, 2022].
KOLEVA, Marina, «Soviétskaia parfiumeria», en: V. Zúseva (ed.), *Sovietski stil. Vremia i veschi*, Moscú, AST, 2012, pp. 74-85.
KOSTIRCHENKO, G., *Stalin prótiv «kosmopolítov». Vlast i yevréiskaia intelligentzia v SSSR*, Moscú, Rosspen, 2009.
KOSHARÍNOV, Veniamín, *Russkaia parfiumeria. Illiustrírovannaia istoria*, Moscú, Vsia Rossia, 2005.
—, *Dvoréts illiúzi. Korol rússkoi parfiumeri Guénrij Brokar*, Moscú, Otraslevie védomosti, 2011.
KOTKIN, Stephen, *Stalin*, vol. II: *Waiting for Hitler, 1929-1941*, Londres, Penguin, 2017.
«Krásnaia Moskvá», en: https://ru.wikipedia.org/wiki/Красная_ Москва.
«Krásnaia Moskvá», en: http://www.casual-info.ru/wiki/ Krasnaja+Moskva.
KUSHLINA, Olga, «Ot slovo k zápaju: rússkaia literatura, prochítannaia nósom», Nóvoie Literatúrnoie Obozrenie, 43, 2000.
—, «Tumani i dují» (reseña de Konstantín Verigin, *Blagoujánnost: Vospominania parfiumera*, 1996), en: *Zápaji v rússkoi kulture*, t. 2, Moscú, Nóvoie Literatúrnoie Obozrenie, 2010, pp. 608-615.
KUSHNÍROV, Mark, *Olga Chéjova*, Moscú, Molodaia gvardia, 2015.
LAGERFELD, Karl, *Chanel's Russian Connection*, Gotinga, Steidl, 2009.
—, «Die Serie: For the first time, Chanel tells its story», en: http://Inside-Chanel.com.
LÉBINA, Natalia, *Soviétskaia povsednévnost: Normi i anomalii. Ot voénnogo kommunizma k bolshomu stiliu*, Moscú, Nóvoie Literatúrnoie Obozrenie, 2015.

LEFTKOWITCH, Christie Mayer, *The Art of Perfume. Discovering and Collecting Perfume Bottles. Photographs by Skot Yobbagy*, Nueva York, Thames & Hudson, 1994.

LEÓNTIEV, Serguéi, «Guenialni shirpotreb. Flakón odekolona po ezkizu Zamira Malévicha vipuskali na Bajmétevskom stekolnom zavode v Nikolske», *Nóvaia sotsiálnaia gazeta*, 29, 2017, en: http://penzatrend.ru/index.php/nsg/item/25356-genialnyy-shirpotreb.

LEVINSON, Alekséi, «Povsiudu chem-to pájnet», *Logos*, 1, n.º 22, 2000, pp. 24-41.

LIBERMAN, Alexander, *Then. Photographs 1925-1995. Preface by Calvin Tomkins. Commentary by Alexander Liberman. Selected and Designed by Charles Churchward*, Nueva York, Random House, 1995.

LIPMAN, Masha, «Fade to Red? Style in the Land of Anti-style», *The New Yorker*, 21 de septiembre de 1998.

LOBKÓVICH, Víktor, *Zolotói vek rússkoi parfiumeri i kosmétiki 1821-1921. Ávtorskaia kollektsia*, Minsk, Logvinov, 2005.

LÓSKUTOV, Mijaíl, «Grazhdanín frantsúzskoi respúbliki», *Nashi dostizhenia*, 2, 1937, en: https://sergmos.livejournal. com/85233.html.

LUSTIGER, Arno, *Rotbuch: Stalin und die Juden. Die tragische Geschichte des Jüdischen Antifaschistischen Komitees und der sowjetischen Juden*, Berlín, Aufbau, 1998.

MADSEN, Axel, *Sonia Delaunay. Artist of the Lost Generation*, Nueva York, McGraw-Hill, 1989.

—,*Coco Chanel: A Biography*, Londres, Bloomsbury,2009. [Existe traducción en español: *Coco Chanel*, trad. Roser Berdagué, Barcelona, Circe, 1998].

MANKÉVICH, I. A., *Povsednévni Pushkin: poétika obiknovénnogo v zhiznetvórchestve rússkogo guenia. Kostium. Zastolie. Aromati i zápaji*, San Petersburgo, Aleteia, 2013.

MAZZEO, Tilar J., *El secreto de Chanel Nº 5: La historia íntima del perfume más famoso*, trad. María Isabel Merino Sánchez, Barcelona, Indicios, 2011, edición digital.

MEIR, Golda, *Mein Leben*, Viena-Berlín-Fráncfort del Meno, Ullstein, 1983. [Existe traducción en español: *Mi vida*, Madrid, Nagrela, 2023].

«Melodii trav. Istoria parfiumeri. Chast 3. Flakoni. Prodolzhenie», en: https://www.livemaster.ru/topic/309251-istoriya-parfyumerii-chast-3-flakony-prodolshenie.

MIENERT, Marion,*Großfürstin Marija Pavlovna. Ein Leben in Zarenreichen und Emigration. Vom Wandel aristokratischer Lebensformen im 20. Jahrhundert*, Oxford-Fráncfort del Meno, Peter Lang, 2005.

MILLU, Liana, *Smoke over Birkenau*, Filadelfia, Jewish Publication Society, 1991. [Existe traducción en español: *El humo de Birkenau*, trad. Celia Filipetto, Barcelona, Acantilado, 2005].

MORAND, Paul, *L'allure de Chanel. Illustrations de Karl Lagerfeld*, París, Hermann, 1996. [Existe traducción en español: *El aire de Chanel*, trad. Ana Torrent, Barcelona, Tusquets, 2021].

MORÓZOV, Borís, «Zhemchúzhina, Polina Semiónovna», *YIVO ENCYCLOPEDIA OF JEWS IN EASTERN EUROPE*, en: http://www. yivoencyclopedia.org/article.aspx/Zhemchuzhina_Polina_ Semenovna.

MUSÉE INTERNATIONAL DE LA PARFUMERIE, *De la Belle Époque aux Années folles, la parfumerie au tournant du XXE siècle / From the Belle Époque to the roaring twenties, perfumery at the turn of the twentieth century*, Niza, Gilletta, 2016.

NAZÁROVA, Nina, «"Krásnaia Moskvá": kak pridúmannie do revoliutsii dují stali símbolom SSSR», *Rússkaia Sluzhba BBC*, 19 de septiembre de 2017, en: http://www.bbc.com/russian/features-41304033.

NÍKONOV, Viacheslav, *Mólotov: Mólodost*, Moscú, Vagrius, 2005.

—, *Mólotov. Nashe delo právoie*, Moscú, Molodaia gvardia, 2016.
OBOLENSKI, Víktor, *Russki sled Koko Shanel*, Moscú, AST, 2015.
«Parfüm. Die wichtigsten Duftbausteine», en: https:// de.wikipedia.org/wiki/ Parfum.
PIROGÓVSKAIA, María, *Miazmi, simptomi, uliki: zápaji mezhdu meditsínoi i moraliu v rússkoi kulture vtorói polovini XIV veka*, San Petersburgo, Universidad Europea de San Petersburgo, 2018.
PÍTSIK, N.E., *Bogomolets*, Moscú, Molodaia gvardia, 1964.
PLAMPER, Jan, «Sounds of February, Smells of October. A Sensory History of the Russian Revolution», *The American Historical Review*, 126, n.º 1, 2021, pp. 140-165.
—, «Die Russische Revolution. Vier Forschungstrends und ein sinneshistorischer Zugang – mit ausgewählten Quellen für den Geschichtsunterricht», *Geschichte für heute*, 10, n.º 4, 2017, pp. 5-17, en: https://www.fachportal-paedagogik.de/ literatur/vollanzeige.html?FId=1133706#vollanzeige.
PRITCHARD, Jane, (ed.), *Diaghilev and the Golden Age of the Ballets Russes 1909-1929*, catálogo de exposición, Londres, V&A Publishing, 2010. [Existe traducción en español: *Los Ballets Rusos de Diaghilev,1909-1929. Cuando el arte baila con la música*, catálogo de exposición, trad. Balseiro Fernández y María Luisa Campoamor, Madrid, Turner-Fundación La Caixa, 2011].
PROUST, Marcel, *En busca del tiempo perdido. Por el camino de Swann*, trad. Pedro Salinas, Madrid, Alianza Editorial, 1966.
RAAB, Jürgen, *Soziologie des Geruchs: Über die soziale Konstruktion olfaktorischer Wahrnehmung*, Constanza, UVK, 2001.
RAPOPORT, Louis, *Stalin's War Against the Jews. The Doctors' Plot and the Soviet Solution*, Nueva York, Simon & Schuster, 1990.
RASPOPINA, Sasha, «Smells like Soviet spirit», *The Guardian*, 19 de noviembre de 2014, en: https://www.theguardian.com/ world/2014/nov/19/-sp-soviet-makeup-brief-history-russia.
REINARZ, Jonathan, *Past Scents. Historical Perspectives on Smell*, Urbana-Chicago-Springfield, University of Illinois Press, 2014.
RIMMEL, Eugène, *Book of Perfumes*, Londres, Chapman & Hall, 1867. [Existe traducción en español: *El libro de los perfumes*, trad. Juan Ignacio de la Iglesia, Madrid, Hiperión, 1990].
RINDISBACHER, Joshua, *The Smell of Books: A Cultural-Historical Study of Olfactory Perception in Literature*, Ann Arbor, University of Michigan Press, 1993.
RUBENSTEIN, Joshua, y Vladimir P. Naumov (eds.), *Stalin's Secret Pogrom: The Postwar Inquisition of the Jewish Anti-Fascist Committee*, New Haven, Yale University Press, 2001.
SCHIPÁJINA, Alla, *Moda v SSSR. Sovietski kuznechik, 14*, Moscú, Slovo, 2009.
SHÁTSKIJ, Aleksandra, *Black Square. Malevich and the Origin of Suprematism*, trad. Marian Schwartz, Londres-New Haven, Yale University Press, 2012.
—, «Flakón Malévicha: upakovka mechti», *Artguide*, 6 de diciembre de 2017, en: https://artguide.com/posts/1382.
TIETZE, Katharina, *«Schönheit für alle» Parfums in der DDR*, manuscrito inédito.
—, *Plauderei über die Schönheit!*, Berlín, Steuben, 1949.
TURÓVSKAIA, Maia, «Kazus Olgui Chejóvoi. Spionka Stalina ili konfidentka Guítlera», *Snob*, 14 de diciembre de 2014.
VÁINSHTEIN, Olga (ed.), *Aromati i zápaji v kulture*, 2 vols., Moscú, Nóvoie Literatúrnoie Obozrenie, 2003 y 2010.

—, *Dendi. Moda. Literatura. Stil zhizni*, Moscú, Nóvoie Literatúrnoie Obozrenie, 2006.

—, «Semiótika Shanel Nº 5», en: Olga Váinshtein (ed.), *Aromati i zápaji v kulture*, vol. 2, Moscú, Nóvoie Literatúrnoie Obozrenie, 2003, pp. 347-362.

VASÍLIEV, Aleksandr, *Krasotá v izgnánii. Tvórchestvo rússkij emigrántov pervoi volni*, Moscú, Slovo, 1998.

—, *Rússkaia moda*, Moscú, Slovo, 2004.

VASÍLIEVA, Larisa, *Krémlevskie zhóni: Fakti, vospominania, dokumenti, sluji, leguendi i vzgliad ávtora*, Moscú, Vagrius, 1993.

VAUGHAN, Hal, *La guerra secreta de Coco Chanel. El pasado nazi de uno de los mitos de la alta costura*, trad. Victoria Pradilla Canet, Madrid, Aguilar, 2013.

VERIGIN, Konstantín Mijáilovich, *Souvenirs et parfums: Mémoires d'un parfumeur*, París, Plon, 1965.

—, *Blagoujánnost. Vospominania parfiumera*, Moscú, Kleograf, 1996, en: http://Веригин%20Константин%20Михайлович % 20% 20Благоуханность.%20Воспоминания% 20 парфюмера.%20Читать%20книгу%20онлйн.%20Страни.

VILENSKI, Yuri, «Naúchnoie nasledie akademika A. A. Bogomoltsa (k 130-letiu dnia rozhdenia)», *Fiziologuícheski zhurnal*, 57, n.º 3, 2011, pp. 88-95.

VLASOVA, Viktoria, «Krásnaia Moskvá: nóvaia époja. Vintazhnie aromati», *Fragrantica*, 26 de noviembre de 2018, en: https:// www.fragrantica.ru/news/Krasnaja-Moskva-novaja-epocha-7725.html.

—, «Krásnaia Moskvá: zhizn i leguéndi. Vintazhnie aromati», *Fragrantica*, 25 de noviembre de 2018, en: https://www.fragrantica.ru/news/Красная-Москва-жизнь-легенды-7721.html.

—, «Steklianni medved Malévicha – odekolón Séverni. Vintazhnie aromati», *Fragrantica*, 7 de septiembre de 2018, en: https://www.fragrantica.ru/news/Steklannyj-medved-Malevica-odekolon-Severnyj-7410.html.

YÚROVA, Elena, «Ukrashenie v SSSR», en: V. Zúseva (ed.), *Sovietski stil. Vremia i veschi*, Moscú, AST, 2012, pp. 52-73.

ZELLAL, Coline, *À l'ombre des usines en fleurs: genre et travail dans la parfumerie grassoise. 1900-1950*, Aix-en-Provence, Presses universitaires de Provence, 2013.

ZHIRÍTSKAIA, Yekaterina, «Liógkoie dijanie: zápaj kak kultúrnaia repressia v rossískom óbschestve 1917-1930-ij godov», en: Olga Váinshtein (ed.), *Aromati i zápaji v kulture*, vol. 2, Moscú, Nóvoie Literatúrnoie Obozrenie, 2003, en: https://ru-prichal-ada.livejournal.com/247207.html.

—, «Zápaj rodini», *Moskóvskie nóvosti*, 12 de octubre de 1998.

ZHURAVLIOV, Serguéi, y Jukka Gronov, *Moda po planu. Istoria modi i modelirovania odezhdei v SSSR 1917-1991*, Moscú, IRI RAN, 2013.

Zolotói yubiléi. K piatidesiatiletiu so dnia osnovania tovaríschestva Brokar i Ko, Moscú, Tovaríschestvo Skoropechatni A. A. Levensón, 1914.

PROCEDENCIA DE LAS IMÁGENES

1. Bouquet Préféré de l'Impératrice: © Fine Art Images / Heritage Images / Alamy Stock Foto (MPWN01).
2. Retrato de Ernest Beaux, hacia 1926: N. Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, I, Moscú, 2016, p. 34.
3. Chanel Nº 5 de Ernest Beaux, 1926: Foto © akg-images / François Guénet
4. Auguste Michel, Dolgopólova, II, p. 310.
5. Krásnaia Moskvá de Auguste Michel, Dolgopólova, I, p. 34.
6. Fábrica Brokar & Co., Moscú: Dolgopólova, I, p. 32.
7. Frasco Brokar: Philip Goutell, «Lightyears-Collection. Perfume Projects zu Flakons»: www.perfumeprojects.com.
8. Bouquet Napoléon: Dolgopólova, I, p. 125.
9. Cartel del trust estatal TeZhé: Dolgopólova, I, p. 75.
10. Cartel publicitario de la empresa R. Köhler & Co.: Dolgopólova, I, p. 38.
11. Etiqueta del jabón Octubre de la empresa Brokar & Co.: Dolgopólova, I, p. 65.
12. Konstantín M. Verigin, 1940: https://fr.rbth.com/art/histoire/2016/05/17/les-racines-russes-du-mythique-parfumchenel-ndeg5_593711. Photo © Archive Irène Bizet (Francia) del libro Andrej Korliakov, *L'Émigration russe en photos, 1917-1947: vers le succès*, París, YMCA-Press, 2005.
13. Portada de la *Zeitschrift für die Hausfrau*: Dolgopólova, I,p. 26.
14. El vestido negro de Chanel, el Ford de la moda: Jean-Louis Froment, *Nº 5 Culture Chanel*, catálogo de la exposición en el Palais de Tokyo, NuevaYork, 2013.LippFd215_5186-187. Sammlung Staatliche Museen zu Berlin, Kunstbibliothek.
15. Nadiezhda Lamánova, hacia 1880: © Fine Art Images / Heritage Images / Alamy Stock Photo (MPTXD8).
16. Modelo de Nadiezhda Lamánova: Tatiana Strizhenova, *Soviet Costume and Textiles 1917-1945* © 1991 Avant-Garde,Moscú, París, Verona, p. 84, imagen 104.
17. Escena de *Le Train Bleu* de Jean Cocteau: AFP / Getty Images.
18. El automóvil Ford como modelo asequible: LippFd215_S 185. Sammlung Staatliche Museen zu Berlin, Kunstbibliothek.
19. Lev Bakst, *Retrato de Serguéi Diáguilev*, 1906: San Petersburgo, Museo Estatal Ruso: © Painters / Alamy Stock Foto / Mauritius Images.
20. Cartel de la casa de modas Kitmir: 39705-kitmir-embroiderygermaine-caubit-couture-1925-3bee47afa968-hprintscom
21. Exposición Universal de París 1937, a la derecha, el pabellón soviético: AFP / Getty Images.
22. Maqueta del Palacio de los Sóviets de Borís Iofán: ITAR-TASS News Agency / Alamy Stock Photo / Mauritius Images (EK3EH5) www.alamy.com
23. Polina Zhemchúzhina en su escritorio: Archivo delAutor.
24. Gabrielle Chanel con camiseta de rayas marinera en compañía de su perro: UtCon Collection /Alamy Stock Foto /Mauritius Images (KXXGX1).
25. Polina Zhemchúzhina en agosto de 1939: Dolgopólova, I, p.83.
26. Polina Zhemchúzhina junto a su marido Mólotov, Moscú, 1963: Mauritus Images / United Archives/TopFoto (n.º08447914).
27. La tumba de Gabrielle Chanel en el cementerio de Bois-deVaux: Mauritius Images / Phil Rees / Alamy Stock Foto /Mauritius Images (n.º RWACW6).
28. La tumba de Polina Zhemchúzina en Moscú: Mauritius Images / Aleksandr Perepelitsin / Alamy (n.º H6F5AX).
29. Frasco de agua de colonia con forma de automóvil, 1986: Dolgopólova, II, p.

133.
30. Olga Chéjova: Portada de *Meine Uhren gehen anders*.
31. Ejemplar del libro de Aleksandr A. Bogomolets *Prodlénie zhizni* (‘Vivir más años’), Kiev, 1939: https://ru.wikipedia.org/wiki/Богомолец, Александр_Александрович. Archivo del Autor.
32. Aleksandr A. Bogomolets: https://ru.wikipedia.org/wiki/Богомолец, Александр_Александрович. Archivo del Autor.
33. Frasco de Kazimir Malévich del agua de colonia Séverni (‘Norte’) con el oso polar: Shátskij, «Flakón Malévicha»:http://artguide.com/posts/1382.
34. Frasco de Rallet № 1: Philip Goutell, «Lightyears-Collection. Perfume Projects zu Flakons»: www.perfumeprojects.com
35. Cantimploras *shtof*: Museo del Agua, San Petersburgo, fotografía de Georg Shuklin, Wikipedia / Archivo del Autor.

TÍTULO ORIGINAL
Der Duft der Imperien
Publicado por
ACANTILADO
Quaderns Crema, S.A.
Muntaner, 462 - 08006 Barcelona
Tel. 934 144 906
correo@acantilado.es
www.acantilado.es

ISBN: 978-84-19958-34-1
PRIMERA EDICIÓ N DIGITAL
octubre de 2024



1 La primera vez que seguí el rastro que conducía a Chanel № 5 y a Moscú Rojo fue en mi libro *Das sowjetische Jahrhundert. Archäologie einer untergegangenen Welt*, Múnich, C.H. Beck,2017. [Existe traducción en español: *El siglo soviético. Arqueología de un mundo perdido*, trad. Paula Aguiriano, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2021].

[2] Sigo tanto aquí como en otros pasajes del libro la siguiente biografía de Gabrielle Chanel: Edmonde Charles-Roux, *Descubriendo a Coco*. De las numerosas biografías sobre Chanel, *cf*. Axel Madsen, *Coco Chanel: A Biographie*; y Paul Morand, *El aire de Chanel*. Sobre Grasse como la «Roma de los perfumes», véase Gabriel Benalloul, *Grasse. L'usine à parfums*.

3 Tilar J. Mazzeo, *El secreto de Chanel Nº 5: la historia íntima del perfume más famoso*.

[4] En Konstantín M. Verigin, *Blagoujánnost. Vospominania parfiumera*, p. 50; citado aquí por la edición digital de la editorial Kleograf: https://www.e-reading.club/book.php?book=1016413. Edición francesa: Constantin Weriguine, *Souvenirs et parfums: Mémoires d'un parfumeur*.

5 Mazzeo, *El secreto de Chanel Nº 5*; para la fórmula de Chanel Nº 5, *cf.*: https://de.wikipedia.org/wiki/Chanel_No_5.

6 Mazzeo, *El secreto de Chanel Nº 5*.

7 Distintas versiones en: Michael Edwards, *Perfume Legends: French Feminine Fragances*, Levallois, HM Éditions,1996, p.43; y Joachim Laukenmann, «Es riecht nach Remake. Chanel Nº 5 ist aus einem gefloppten russischen Parfum entstanden», *Sonntags Zeitung*, 30 de septiembre de 2007; para las diferentes interpretaciones, puede consultarse: https:// de.wikipedia.org/wiki/Chanel_No_5.

8 La fórmula se halla en https://de.wikipedia.org/wiki/Chanel_ Nº_5.

9 Mazzeo, *El secreto de Chanel Nº 5*, p. 94.

10 Karl Lagerfeld, *Chanel's Russian Connection*.

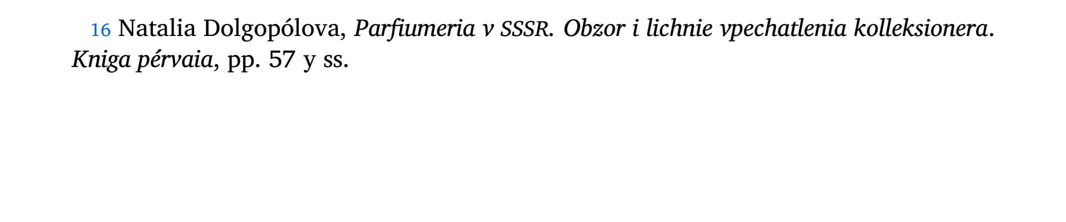
11 Mazzeo, *El secreto de Chanel Nº 5*.

12 Jean-Louis Froment, *Nº 5 Culture Chanel*, «Introducción».

13 Edición conmemorativa del cincuentenario de Brokar: *Zolotói yubiléi tovaríschestva Brokar i Ko*, Moscú, 1914.

[14] Para la nacionalización de las fábricas a partir de 1917, *cf*. Manfred Hildermeier, *Geschichte der Sowjetunion*, Múnich, C.H. Beck, 1998, pp. 105-156.

15 Sobre el suministro de alimentos, compras masivas y mercado negro, véase A. Ju. Davídov, *Meshóchniki i diktatura v Rossli*, San Petersburgo, 2007.



16 Natalia Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR. Obzor i lichnie vpechatlenia kolleksionera. Kniga pérvaia*, pp. 57 y ss.

[17] *Ibid.*, p. 124. Recuerda ciertamente a un *bouquet* que extiende sus notas poco a poco a lo largo de la piel: https://fanfact.ru/duhi-krasnaja-moskva-primudal-francuzskij-parfjumer/.

18 Véanse Marina Koleva, «Soviétskaia parfiumeria», en: *Sovietski stil. Vremia i veschi*, pp. 74-85, esp. p. 80; Viktoria Vlasova: «Krásnaia Moskvá. Zhizn i leguendi», 25 de noviembre de 2018: https://www.fragantica.ru/news/Красная-Москва-жизнь-жегены-7721.html; Nina Nazárova, *Rússkaia Sluzhba BBC*, 19 de septiembre de 2017; y *«Krásnaia Moskvá»: Kak pridúmannie do revoliutsii dují stali simbolom SSSR*, en: http.//www.bbc.com/russian/features-41304033.

19 Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, I, p. 125; RIA Novosti, 10 de octubre de 2011. *Medvédevu podarili duji pochtí stoletnei víderzhki*; http://ria-ru/society/20111010/454649754.html.

[20] La revista *Téjnika i molodiózh* (1936-1938), p. 29, asegura que no llegó hasta 1908; Koleva, *Sovietski stil*, p. 80; Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, I, p. 125.

21 Otros autores opinan que es indiscutible que Krásnaia Moskvá procede directamente del «*bouquet* favorito»: Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, I, p. 126.

22 Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, I, p. 130.

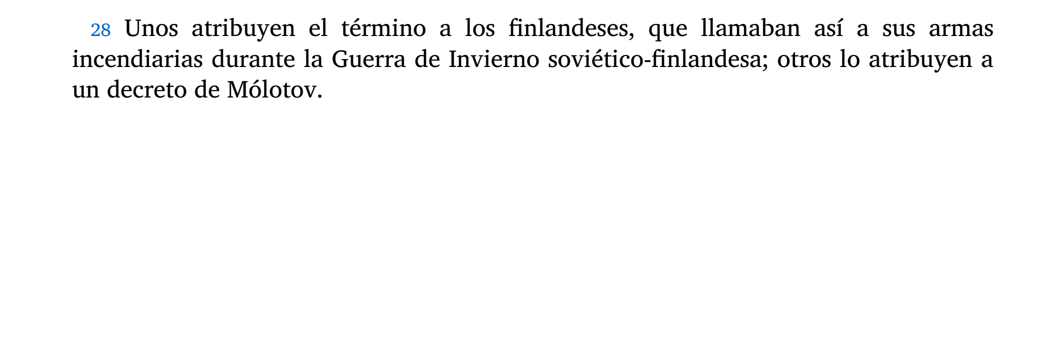
23 *Ibid.*, pp. 66 y ss.

[24] Sobre TeZhé, véanse: Veniamín Kosharínov, *Rússkaia parfiumeria. Illustrírovannaia istoria*, pp. 122 y 123; *cf*. Jukka Gronow, *Caviar with Champagne. Common Luxury and the Ideals of the Good Life in Stalin´s Russia*.

25 Para una datación diferente de la producción y la presentación, véase mi libro *Das sowjetische Jahrhundert. Archäologie einer untergegangenen Welt*, Múnich, C.H. Beck, 2017, pp. 250-263.

[26] Para la exposición del frasco Chanel Nº 5 en el Museum of Modern Art, véase *The Package*, Nueva York, Museum of Modern Art, 1959.

[27] Arthur Gold y Robert Fizdale, *Misia. Muse - Mäzenin - Modell. Das ungewöhnliche Leben der Misia Sert*, p. 259.



28 Unos atribuyen el término a los finlandeses, que llamaban así a sus armas incendiarias durante la Guerra de Invierno soviético-finlandesa; otros lo atribuyen a un decreto de Mólotov.

29 También la exposición en el Palais de Tokyo interpreta la historia del perfume de Chanel desde un punto de vista occidental, si exceptuamos las menciones a Diáguilev, Stravinski y otros.

30 Libros precursores: Alain Corbin, *El perfume o el miasma*; Patrick Süskind, *El perfume. Historia de un asesino*.

[31] Constance Classen, David Howes y Anthony Synnott, *Aroma. The Cultural History of Smell*; para la sociología del olor, véase Jürgen Raab, *Soziologie des Geruchs: Über die soziale Konstruktion olfaktorischer Wahrnehmung*.

32 Jonathan Reinarz, *Past Scents. Historical Perspectives on Smell*, pp. 209, 216, 217 y 218. Los estudios soviéticos se encuentran en el tomo recopilatorio: Olga Váinshtein, *Aromati i zápaji v kulture*; Váinshtein, *Dendi: Moda, literatura, stil zhizni*; I.A. Mankévich, *Povsednévni Pushkin: poétika obiknovénnogo v zhiznetvórchestve rússkogo guenia. Kostium. Zastolie. Aromati i zápaji*; Olga Kushlina, «Ot slova k zápaju: rússkaia literatura. Prochítannaia nósom», *NLO*, 43, 2000, pp. 102-110; María Pirogóvskaia, *Miazmi, simptomi, uliki: zápaji mezhdu meditsínoi i moraliu v rússkoi kulture vtóroi polovini XIV veka*.

[33] Georg Wilhelm Friedrich Hegel, *Fenomenología del espíritu*, trad. Antonio Gómez Ramos, Madrid, Abada, 2010, p. 639.

[34] Immanuel Kant, *Antropología en sentido pragmático*, trad. José Gaos, Madrid, Alianza, 1991, p. 59.

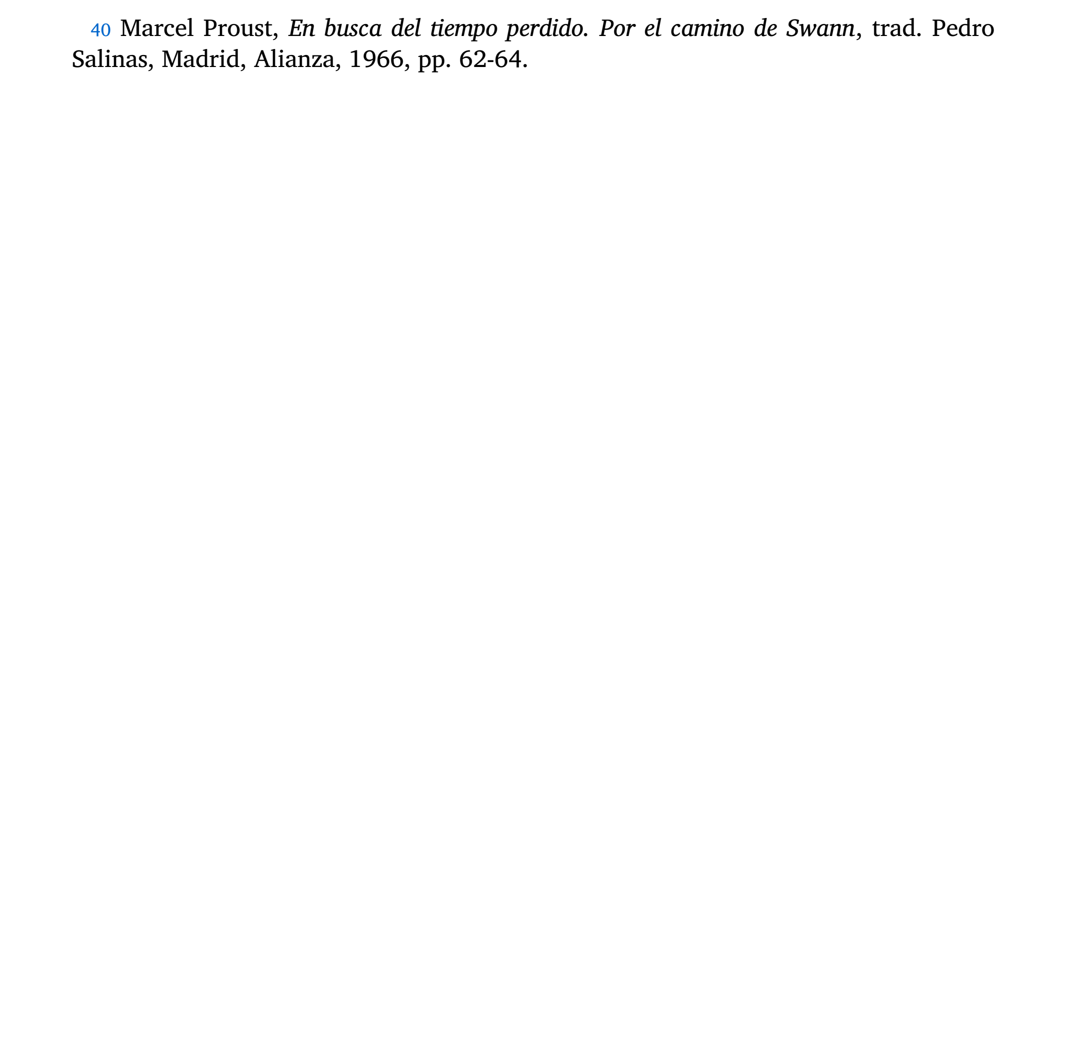
[35] Friedrich Nietzsche, *Ecce homo*, trad. Andrés Sánchez Pascual, Madrid, Alianza, 1988, p. 123.

36 Friedrich Nietzsche, *Así habló Zaratustra*, trad. Andrés Sánchez Pascual, Madrid, Alianza, 1996, p. 402.

37 Konstantín M. Verigin, *Blagoujánnost. Vospominania parfiumera*, https: //www.e-reading.club/book.php?book=1016413, y Arthur Schopenhauer, *El mundo como voluntad y representación*, vol. II, trad. Roberto R. Aramayo, México D.F., Fondo de Cultura Económica, 2012, p. 41.

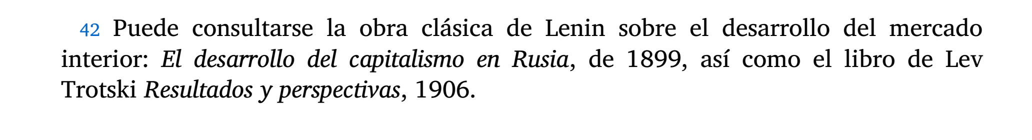
[38] George Orwell, *El camino a Wigan Pier*, trad. María José Martín Pinto, Madrid, Akal, 2022, edición digital.

39 Somerstet Maugham, citado en: Classen, Howes y Synnott, *Aroma*, p. 8.



40 Marcel Proust, *En busca del tiempo perdido. Por el camino de Swann*, trad. Pedro Salinas, Madrid, Alianza, 1966, pp. 62-64.

41 Víktor Lobkóvich, *Zolotói vek rússkoi parfiumeri i kosmetiki 1821-1921*.


42 Puede consultarse la obra clásica de Lenin sobre el desarrollo del mercado interior: *El desarrollo del capitalismo en Rusia*, de 1899, así como el libro de Lev Trotski *Resultados y perspectivas*, 1906.



43 Muy representativos del gran interés son los trabajos de Víktor Lobkóvich, Veniamín Kosharínov y Natalia Dolgopólova, pero, sobre todo, las contribuciones en internet.

[44] *Cf*. Ralf Beil (ed.), *Russland 1900. Kunst und Kultur im Reich des letzten Zaren*, catálogo de la exposición, Darmstadt, Institut Mathildenhöhe, 2008.

[45] Para las huertas de los monasterios, véase Dmitri S. Lijachov, *Poezía sadóv*, Moscú, 1998.

46 Lobkóvich, *Zolotói vek rússkoi parfiumeri i kosmétiki 1821-1921*, p. 7.

47 *Ibid.*, p. 8.

48 *Ibid.*, p. 9, así como los capítulos correspondientes en Kosharínov.

[49] *Ibid.*, p. 10. Se puede consultar también la edición conmemorativa: *Zolotói yubiléi tovaríschestva Brokar i Ko*, Moscú, 1914.

50 Para las empresas más importantes, *cf*. Veniamín Kosharínov, *Rússkaia parfiumeria. Illiustrírovannaia istoria*.

51 Lobkóvich, *Zolotói vek rússkoi parfiumeri*, p. 15.



52 Abundante material sobre la publicidad se encuentra en Kosharínov, *Rússkaia perfiumeria. Illiustrírovannaia istoria*.

53 Konstantín M. Verigin, *Blagoujánnost. Vospominania parfiumera*.

54 Constantin Weriguine, *Souvenirs et parfums*: *Mémoires d´un parfumeur*. En ruso: https://www.e-reading.club/book.php?book=1016413.

55 Natalia Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, pp. 325 y ss.

56 Para la biografía de Verigin, véase la edición rusa de Wikipedia: https://ru.wikipedia.org/wiki/Веригин,_Сергий_Константинович.

57 Hans J. Rindisbacher, *The Smell of Books*.

58 Verigin, *Blagoujánnost*, p. 9.

59 «No odín yest v mire zápaj | I odná yest v mire nega | Eto russki zimni pólden | Eto russki zápaj snega».

60 Verigin, *Blagoujánnost*, p. 6.

61 Reseña de Olga Kushlina, «Tumani i dují», en: https://www.e-reading.club/book.php?book=1016413.

62 *Cf*. la reseña de Kushlina, p. 81; Douglas Smith, *Former People: The Final Days of the Russian Aristocracy*, Nueva York, Picador, 2013.

63 Olga Vajnštejn, *Aromati i zápaji v kulture*; en el vol. 2, *cf*. también el artículo «Semiótika Shanel № 5».

64 «Olfactory class struggle», en: Jan Plamper, «Sounds of February, Smells of October: A Sensory History of the Russian Revolution», conferencia destinada a la Centenary Conference del Harvard Davis Center 2017, manuscrito inédito. Agradezco al autor que me haya permitido acceder a él; *cf*. también del mismo autor: «Die Russische Revolution. Vier Forschungstrends und ein sinneshistorischer Zugang—mit ausgewählten Quellen für den Geschichtsunterricht», *Geschichte für heute*, 10, 2017, pp. 5-17, https://www.fachportal-paedagigik.de/literatur/vollanzeige.html?FId=1133706#vollanzeige.

65 *Cf*. Karl Schlögel, *Das sowjetische Jahrhundert. Archäologie einer untergegangenen Welt*, Múnich, C.H. Beck, 2017, especialmente el capítulo «Kommunalka oder Wo der Sowjetmensch gehärtet wurde», pp. 324-345.

[66] El apelativo «mujer de hierro» proviene de la novela documental de Nina Berbérova, *Zheléznaia zhénschina*, Moscú, 2009.

[67] Para las diatribas hostigadoras, véase Karl Schlögel, *Terror y utopía. Moscú 1937*, trad. José Aníbal Campos, Barcelona, Acantilado, 2014, pp. 123 y ss.

68 Sobre los *vidvizhentsi* (‘arribistas’) de la década de 1930, *cf*. Sheila Fitzpatrick, «Stalin and the Making of a New Elite 1928-1939», *Slavic Review*, 38, n.º 3, 1979, pp. 377-402; sobre la cultura de los arribistas durante la época de Stalin, *cf*. Vera Dunham, *In Stalin’s Time. Middleclass Values in Soviet Fiction*, Durham (Nueva Carolina), Duke University Press, 1990.

69 Para el diseño del frasco Chanel Nº 5, *cf*. Edmonde Charles-Roux, *Descubriendo a Coco*.



70 Sobre las «multiples modernidades», *cf*. Michael David-Fox, *Crossing Borders. Modernity, Ideology and Culture in Russian and Soviet Union*. La cita de Lenin sobre los distintos caminos hacia la civilización se encuentra en su artículo de 1923 titulado «Nuestra revolución (A propósito de las notas de Sujánov)», en: *Obras completas*, Buenos Aires, Cartago, t. XXXIII, p. 440.

71 Walter Benjamin, *Libro de los pasajes*, p. 93 (apartado sobre la moda).

72 Aleksandr Vasíliev, *Krasotá v izgnáni. Tvórchestvo rússkij emigrántov pérvoi volni: iskusstvo i moda*.

73 Edmonde Charles-Roux, *Descubriendo a Coco*.

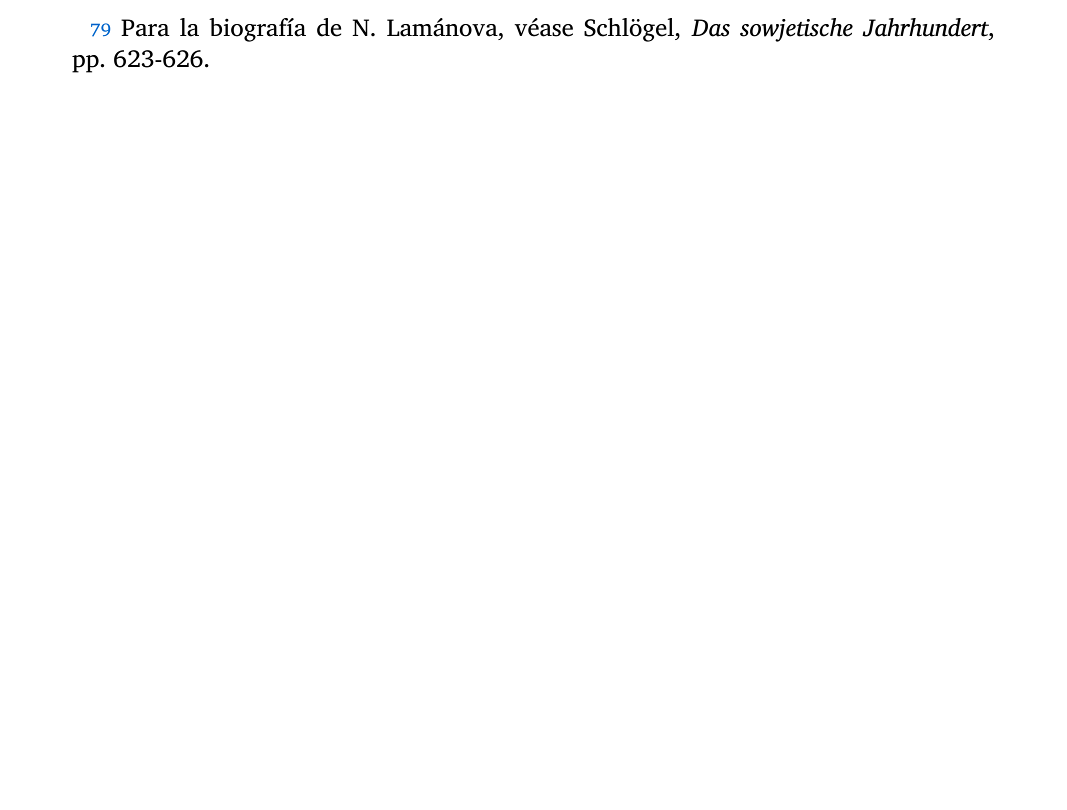
74 *Ibid.*

75 Tatiana Strizhenova, *Soviet Costume and Textiles 1917-1945*, París, Trefoil, pp. 309 y 310.

76 *Ibid.*, pp. 310 y 311.

[77] *Cf*. mi resumen en: *Das sowjetische Jahrhundert*, Múnich, C.H. Beck,2017, capítulo «Ropa para el nuevo individuo o el regreso de Christian Dior a la Plaza Roja», pp. 607-630.

78 Además de las numerosas biografías de Gabrielle Chanel, disponemos en YouTube de algunos excelentes documentales, como la serie *For the First Time: Inside Chanel*, con la participación de Karl Lagerfeld y otros entrevistados, que puede verse en: https://www.youtube.com/ watch?v=tRQa33dqyxl.



79 Para la biografía de N. Lamánova, véase Schlögel, *Das sowjetische Jahrhundert*, pp. 623-626.

80 Sobre *Le Train Bleu* y, en general, sobre Diáguilev, *cf*. Jane Pritchard (ed.), *Los Ballets Rusos de Diaghilev, 1909-1929*.

81 Charles-Roux, *Descubriendo a Coco*.

82 Harry Kessler, *Das Tagebuch 1880-1937*, tomo 8, anotación del 24 de junio de 1924.

[83] Viktoria Sevriuchova, «Sovietskoie belie», en: A. Golosovskaia y B. Zúseva (eds.), *Sovietski stil. Vremia i veschi*, p. 42.

[84] Konstantin Rudnitsky, *Russian and Soviet Theater 1905-1932*, Nueva York, Harry N. Abrahams, 1988.

85 Sobre la Expo 1925, véanse: Frank Scarlett y Marjorie Townley, *Arts Décoratifs. A Personal Recollection of the Paris Exhibition*, Londres, Academy Edition, 1975; *Art Deco*: *1910-1939*, catálogo de la exposición celebrada entre el 27 de marzo y el 20 de julio de 2003 en el Victoria & Albert Museum de Londres; y Axel Madsen, *Sonia Delaunay*. *Artist of the Lost Generation*. Para la exposición de 1925, *cf*. también Vsemírnaia vístavka: http://wiki-org.ru/wiki/Всемирная_выставка.

86 Charles-Roux, *Descubriendo a Coco*; y Strizhenova, *Soviet Costume and Textiles 1917-1945*, pp. 97-132.

87 Charles-Roux, *Descubriendo a Coco*.

88 Stefan Zweig, *El mundo de ayer. Memorias de un europeo*, trad. J. Fontcuberta y A. Orzeszek, Barcelona, Acantilado, 2022.

89 Walter Benjamin, *Libro de los pasajes*; y Patrice Higonnet, *Paris-Capital of the World*, Cambridge (Massachusetts), Harvard University Press, 2005.



90 Sobre París en la década de 1920, véase, por ejemplo, *París era una fiesta* de Ernest Hemingway.

91 Sobre el Nord Express, véase Jan Musekamp, *From Paris to St. Petersburg and from Kovno to New York. A Cultural History of Transnational Mobility in East Central Europe*, tesina presentada en la Facultad de Estudios Culturales de la Europa-Universität Viadrina, Fráncfort del Óder, junio de 2016.

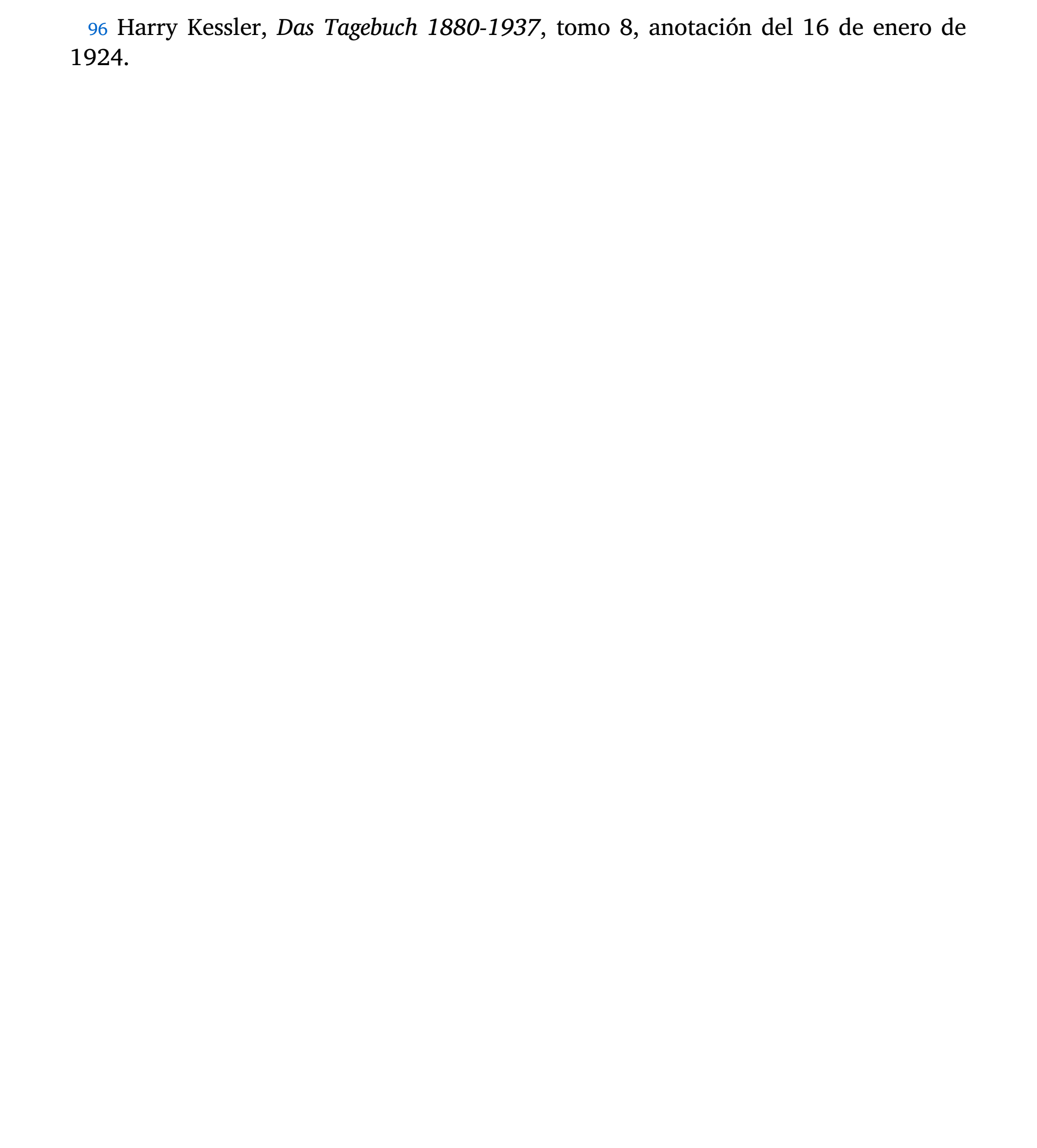
92 Iliá Ehrenburg, *Gente, años, vida. (Memorias 1891-1967)*, trad. Marta Rebón, Barcelona, Acantilado, 2014; *Iliá Ehrenburg: Moi Parizh*, Moscú, 1933 (reed. Gotinga, 2005); *Paris-Moscou*, catálogo de la exposición celebrada en 1979 en el Centre Pompidou; y Vita Susak, *Ukrainian Artists in Paris 1900-1939*, Kiev, Rodoviv, 2010.

93 Sobre la relación entre Chanel y el compositor trata la película *Coco Chanel & Igor Stravinski*, estrenada en 2009 en Cannes, dirigida por Jan Kounen y basada en la novela homónima de Chris Greenhalgh.

94 Arthur Gold y Robert Fizdale, *Misia. Muse - Mäzenin - Modell. Das ungewöhnliche Leben der Misia Sert*; Jane Pritchard, *Los Ballets Rusos de Diaghilev*, *1909-1929*; y Richard Buckle, *Diaghilev*, Herford, Atheneum, 1984.

[95] Robert H. Johnston, *New Mecca, New Babylon: Paris and the Russian Exiles 1920-1945*, Montreal, Kingston & McGill-Queen's University Press, 1988; Catherine Gousseff, *L'exil russe. La fabrique du réfugié apatride*, París, CNRS, 2008.

96 Harry Kessler, *Das Tagebuch 1880-1937*, tomo 8, anotación del 16 de enero de 1924.



97 Basado en Vasíliev, *Krasotá v izgnáni*, pp. 151 y ss. (capítulo «Kitmir»); *cf*. también del mismo autor: *Rússkaia moda*, Moscú, 2004.

[98] Para las colecciones de Schukin y Morózov, véase el catálogo de la exposición de Essen, Moscú y San Petersburgo: *Ot Moné do Pikasso: Kolleksioneri Schukin i Morózov*, Colonia, 1993.

[99] Sobre la internacionalidad de Moscú en la década de 1930, *cf*. Katerina Clark, *Moscow, the Fourth Rome: Stalinism, Cosmopolitanism, and the Evolution of Soviet Culture, 1931-1941*, Cambridge (Massachusetts), Harvard University Press, 2011; Michael David-Fox, *Showcasing the Great Experiment: Cultural Diplomacy and Western Visitors to the Soviet Union 1921-1941*, Oxford, Oxford University Press, 2012; Ludmila Stern, *Western Intellectuals and the Soviet Union, 1920-1940: From Red Square to the Left Bank*, Nueva York, Routledge, 2007. Agradezco a Gabor T. Rittersporn sus indicaciones sobre los simpatizantes franceses del Partido Comunista.

100 Sobre el concurso para el Palacio de los Sóviets, *cf*. Karl Schlögel, *Moskau lesen*, Berlín, Hanser, 1984, pp. 56-65; Selim O. Chan-Magomedow, *Pioniere der sowjetischen Architektur. Der Weg zur neuen sowjetischen Architektur in den zwanziger und zu Beginn der dreißiger Jahre*, Dresde, VEB, 1983.

101 André Gide, *Regreso de la URSS, seguido de Retoques a mi regreso de la URSS*, trad. Carmen Claudín, Madrid, Alianza, 2017.

102 Manfred Sapper y Volker Weichsel (eds.), *Der Hitler-Stalin Pakt. Der Krieg und die europäische Erinnerung*, Berlín, Berliner Wissenschafts-Verlag, 2009.

103 Mijaíl Bulgákov, *El maestro y Margarita*.

104 *Ibid*.

105 En una denuncia de que fue objeto Liubov Bulgákova, la mujer de Mijaíl Bulgákov, desempeñaron un papel muy importante los «enormes» frascos de perfume que adornaban su tocador (declaración de Irina Belobrovtseva, Tallin).

[106] *Cf*. Karl Schlögel, *Terror y utopía. Moscú 1937*, trad. José Aníbal Campos, Barcelona, Acantilado, 2014, cap. «Moscú en París: el pabellón de la URSS en la Exposición Universal de 1937», pp. 326-340.

107 Mijaíl Lóskutov, «Grazhdanín frantsúzskoi respúbliki», *Nashi dostizhenia*, 2, 1937, https://sergmos.livejournal.com/85233.html.

[108] Para la historia de la demolición de la catedral, véase *Razrushenie jrama Jrista Spasítelia*, Londres, 1988; y Karl Schlögel, *Terror y utopía. Moscú 1937*, trad. José Aníbal Campos, Barcelona, Acantilado, 2014, «La excavación», pp. 834-850.

109 La cita se halla en Lóskutov, «Grazhdanín frantsúzskoi respúbliki», s. p.

110 Djurdja Bartlett, *Fashion East. The Spectre that Haunted Socialism*, p. 87.

111 *Ibid.*, p. 84.

112 Serguéi Zhuravliov y Jukka Gronov, *Moda po planu. Istoria modi i modelirovania odezhdei v SSSR 1917-1991*; Benjamin, *Libro de los pasajes*, p. 99.

113 Véase el portal del Parfiumerni fórum.

114 Según el banco de datos de la organización Memorial, Mijaíl Lóskutov fue detenido el 12 de enero de 1940. El 6 de julio de 1941 el Consejo Militar del Tribunal Superior de la URSS lo condenó a muerte por «colaborar con una organización terrorista». Fue fusilado el 28 de julio de 1941. En 1956 fue rehabilitado.

115 Puede verse una foto de este cartel en el Parfiumerni fórum.

116 Acerca de la relación entre el aroma y el poder, *cf*. Constance Classen, David Howes y Anthony Synnot, *Aroma. The Cultural History of Smell*.

117 Para la biografía de Zhemchúzhina-Mólotova, *cf*. Larisa Vasílieva, *Krémlevskie zhóni*, online: https://www.rulit.me/books/kremlevskie-zheny-read-94666-I.html; Borís Morózov, «Zhemchúzhina, Polina Semiónovna», *YIVO Enyclopedia of Jews in Eastern Europe*, http://www. yivoenyclopedia.org/article.aspx/ Zhemchuzhina_Polina_Semenovna. Película en: https://www.youtube.com/watch?v=DBXeJOhMQiQ. Breve biografía en: Gueórgui Dmítrov, *Tagebücher*, p. 629; Sheila Fitzpatrick, *El equipo de Stalin*; Stephen Kotkin, *Stalin*, vol. II: *Waiting for Hitler, 1929-1941*; Svetlana Allilúyeva, *Zwanzig Briefe an einen Freund*. Archivos de diversa procedencia y credibilidad: http://www.pseudology.org/; https://de.wikipedia.org/wiki/Polina_Semjonowna_Schemtschuschina; https://www.e-reading.club/chapter.php/39547/20/Mlechin_-_Zachem_Stalin_sozdal_Izrail%27_.html; sobre Polina Zhemchúzhina, en: http://stuki-druki.dom/authors/Zhemchuzhina-Polina.php; https://de.wikipedia.org/wiki/Polina-_Semjonowna_Schemtschuschina; Anna Belova, «Zhemchúzhina Viacheslava Mólotova: Supruga narkoma, kotóruiu nenavídel Stalin», https://kulturologia.ru/blogs/071218/41551/.

118 Aparte de las biografías, existen buenos documentales, entre ellos la serie *For the First Time: Inside Chanel*.

119 Hal Vaughan, *La guerra secreta de Coco Chanel. El pasado nazi de uno de los mitos de la alta costura*, trad. Victoria Pradilla, Madrid, Aguilar, 2013.

120 Para las actas procesales y de la Policía Nacional francesa, *cf*. Hal Vaughan, *La guerra secreta de Coco Chanel*.

121 Se trata del edificio de quai de la Béthune 24, que pertenecía desde 1934 a Helena Rubinstein, https://de.wikipedia.org/wiki/Helena_Rubinstein.

122 Wolfgang Seibel, *Macht und Moral: die «Endlösung der Judenfrage» in Frankreich. 1940-1944*, Gotinga, Wallstein, 2010.

[123] *Cf*. los diarios de Ernst Jünger, *Radiaciones*, 2 vols., trad. Andrés Sánchez Pascual, Barcelona, Tusquets, 2005.

124 Sobre la lucha de Chanel contra la empresa Wertheimer, *cf*. Vaughan, *La guerra secreta de Coco Chanel*, cap. «Los Wertheimer ganan la partida».

125 Sigo aquí el mencionado capítulo de Vaughan, *La guerra secreta de Coco Chanel*. Sobre el regreso de Chanel a París, véanse las reimpresiones de los artículos de Cocteau y otros autores en: Jean-Louis Froment, *Nº 5 Culture Chanel*.

126 He recopilado los datos que siguen del libro de Larisa Vasílieva, *Krémlevskie zhoni: Fakty, vospominania, documenti, sluji, legendi i vzgliad ávtora*, así como de vídeos de YouTube: *Polina Zhemchúzhina-biografia, informatsia, lichnaia zhizn*: http://www.knowbysight.info/;http://stuki-druki.dom/authors/Zhemchuzhina-Polina.php; https://de.wikipedia.org/wiki/Polina-_Semjonowna_Schemtschuschina; Fitzpatrick, *El equipo de Stalin*.

127 «Polina Zhemchúzhina (Mólotova), la esposa soviética más prominente, era la directora de la industria soviética del perfume y los cosméticos», Yuri Slezkine, *La casa eterna. Saga de la revolución rusa*, trad. Miguel Temprano García, Barcelona, Acantilado, 2021, p. 926.

128 Yuri Slezkine, *Das jüdische Jahrhundert*, Gotinga, Vandenhoeck und Ruprecht, 2006.

129 Allilúieva, *Zwanzig Briefe an einen Freund*, p. 163; sobre las detenciones a comienzos de 1949, véase la p. 275.

130 Lo dice varias veces en Féliks Chúiev, *Sto sórok besed s Mólotovim*: http://stalinism.ru/elektronnaya-biblioteka/sto-sorok-besed-s-molotovym.html?

131 Véanse los estudios de Zhorés Medvédev, disponibles en: Delo Yevréiskogo Antifashístkogo Komiteta, Dokument n.º 2, Zapiska M.F. Shkiriátova i. V.S. Abakúmova o P.S. Zhemchúzhinoi 27.12.1948, en RGASPI, f. 589, op. 3, d. 6188, ll. 25-31, kopia, en: https://ww.alexanderykovlev.org/copyright; Delo Yevréiskogo Antifashistkogo Komiteta, Dokument n.º 14, L.P. Beria – prezidium TSK KPSS o rezultátaj izuchenia obstoiátelstv aresta i osuzhdenia P.S. Zhemchúzhinoi, 12.05.1953. APRF, f. 3, op. 32, d. 17, ll. 131-134, en: https://www.alexanderyakovlev.org/copyright.

132 Para la correspondencia durante esos años entre ciudadanos soviéticos y sus familiares en el extranjero, véase Leonid I. Smilovitski, «Jews from the USSR write abroad (Letters and Diaries of World War II as a Historical Source). Part I», *Russki Arjiv*, 2017, 5, I, pp. 12-32; «Part II», *Russki Arjiv*, 2017, 5, 2, pp. 106-124.

133 Joseph E. Davies, *Als USA-Botschafter in Moskau. Authentische und vertrauliche Berichte über die Sowjetunion bis Oktober 1941*, Zúrich, Steinberg, 1943, p. 87 (anotación del 14 de marzo de 1937).

134 *Ibid.*, p. 87.

135 *Ibid.*, p. 334.

136 Slezkine, *La casa eterna*, pp. 821 y ss. Sobre Aleksandr Arósev (1890-1938), escritor y diplomático cosmopolita, figura central de la diplomacia cultural soviética y víctima también de la Gran Purga, *cf*. Michael David-Fox, *Showcasing the Great Experiment: Cultural Diplomacy and Western Visitors to the Soviet Union 1921-1941*, Oxford, Oxford University Press, 2012.

137 Iliá Ilf y Evgeni Petrov, *La América de una planta*, ed. y pres. Alexandra Ilf, trad. Víctor Gallego Ballesteros, Barcelona, Acantilado, 2009.

138 Hans Rogger, «Amerikanizm and the Economic Development of Russia», *Comparative Studies in Society and History*,23, 1981, pp. 382-420.

139 Sobre los interrogatorios, véanse Viacheslav Nikonov, *Mólotov. Nashe delo právoie*, pp. 19 y ss.; Delo Yevréiskogo Antifashístkogo Komiteta, documento n.º 2, Zapiska M.F. Shkiriatova i V.S. Abakúmova o P.S. Zhemchúzhinoi 27.12.1948, en: RGASPI, f.589, op.3, d.6188, I.25-31, kopia, en: https://www.alexanderyakovlev.org/copyright.

140 Nikonov, *Mólotov. Nashe delo právoie*, p. 20.

141 Gueórgui Dmítrov, *Tagebücher 1933-1943*, p. 348; así como Nikonov, *Mólotov. Nashe delo právoie*, p. 76.

142 Kotkin, *Stalin*, vol. II: *Waiting for Hitler*, *1929-1941*, p. 692; Oleg V. Jlevniuk, *Staniskoe politburó. Mechanizmi politícheskoi vlasti v 1930-ie gody*, Moscú, 1996, pp. 171 y 172 y 242 y 243.

[143] Vasílieva, *Krémlevskie Zhóni*, p. 67. No he encontrado referencias a un viaje al extranjero en 1924, pero sí a un viaje que realizó en 1946 a Estados Unidos en relación con el Comité Judío Antifascista.

144 Iliá Ehrenburg y Vasili Grossman, *El libro negro*, trad. Jorge Ferrer, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2011.

145 Golda Meir, *Mein Leben*, p. 258 y ss.

146 Delo Yevréiskogo Antifashístkogo Komiteta, Dokument n.º 14, L.P. Beria – v prezidium TSK KPSS o rezultátaj izuchenia obstoiátelstv aresta i osuzhdenia P.S. Zhemchúzhinoi, 12.05.1953. AP FR, f.3, op. 32, d.17, l.131 – 134, en: https://www.alexanderyakovlev.org/copyright.

147 Para el antisemitismo de la época final del régimen de Stalin, véase Frank Grüner, *Patrioten und Kosmopoliten. Juden im Sowjetstaat 1941-1953*, Colonia, Böhlau, 2008.

148 Vasílieva, *Krémlevskie Zhóni*, p. 67.

149 Fitzpatrick, *El equipo de Stalin*.

150 Louis Rapoport, *Stalin's War Against the Jews. The Doctors' Plot and the Soviet Solution*.

151 Para la «campaña anticosmopolita y antisionista», véanse G. Kostirchenco, *Stalin prótiv «kosmopolitov». Vlasti yevréiskaia intelligentzia v SSSR*; y Arno Lustiger, *Rotbuch: Stalin und die Juden*; para la biografía de Lina Stern: https://www.sakharov-center.ru/asfcd/auth/?t=author&i=1484.

152 Mólotov declaró en varias ocasiones que era necesario terminar con la «quinta columna». *Cf*. Chúiev, *Sto sórok besed s Mólotovim*, pp.390 y 428.

153 Hallamos numerosas frases de este tipo en Nikonov, *Mólotov. Nashe delo právoie*, ésta se encuentra en p. 264.

154 Chúiev, *Sto sórok besed s Mólotovim*, p. 173.

155 Jean Cocteau, «Le retour de Mademoiselle Chanel», en: *Femina*, marzo de 1954, reimpreso en Froment, *Nº 5 Culture Chanel*, p. 5.

156 Para los métodos de ejecución en Bútovo y Kommunarka, *cf*. Karl Schlögel, *Terror y utopía. Moscú 1937*, trad. José Aníbal Campos, Barcelona, Acantilado, 2014, p. 741.

157 Hans J. Rindisbacher, *The Smell of Books*; y Yekaterina Zhirítskaia, *Zápaj Kolimí*: http://www.intelros.ru/readroom/teoriya-mody/28-2013/20289-zapah-kolymy.html.

158 Citado en Rindisbacher, *The Smell of Books*, p. 260.

159 Rudolf Höss, *Yo, comandante de Auschwitz*.

160 Olga Lengyel, *Five Chimneys: the Story of Auschwitz*, Chicago, Ziff-Davies, 1947, citado en: Rindisbacher, *The Smell of Books*, pp. 240 y ss.

161 *Ibid.*, pp. 242 y 243.

162 Primo Levi, *Si esto es un hombre*, trad. Pilar Gómez Bedate, Barcelona, Península, 2014, p. 175.

163 Zhirítskaia, *Zápaj Kolimí*.

164 Zhirítskaia, *Zápaj Kolimí*; y Varlam Shalámov, *Relatos de Kolimá* IV*. La resurrección del alerce*, trad. Ricardo San Vicente, Barcelona, Minúscula, 2011.

165 Se pueden ver fotos de la destrucción de la fábrica de Sévernoie Sianie en Parfiumerni fórum y en Natalia Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR. Kniga pervaja*, p. 16.

166 Sobre el «deshielo», véanse: Iliá Ehrenburg, *El deshielo*, Barcelona, Mateu, 1961; Serguéi Zhuk, *Rock and Roll in the Rocket City: The West, Identity and Ideology in Soviet Dniepropetrovsk*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2010; y el catálogo de la grandiosa exposición celebrada en 2017 en Moscú: *Óttepel. Gosudárstvennaia Tretiakóvskaia Galeréia*, Moscú, 2017.

167 Vladímir Dudíntsev, *No sólo de pan vive el hombre*, trad. Marina de Fuernte, San Sebastián, Dinor, 1957.

168 Karl Schlögel, *Das sowjetische Jahrhundert*, Múnich, C.H. Beck, 2017, pp. 608-612.

169 Parala identidad de algunos maestros perfumeros, *cf*. Natalia Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, II, pp. 310-324; Istoria parfiumeri. Chast 3. Flakony. Prodolzhenie: https://www.livemaster.ru/topic/309251-istoriya-parfyumerii-chast-3-flakony-prodolzhenie.

170 Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, II, p. 167.

171 *Ibid*., p. 121.

172 *Ibid*., p. 169.

173 *Ibid*., p. 113; y Eleonory Gilburd, *To See Paris and Die. The Soviet Lives of Western Culture*.

174 Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, II, p. 14.

175 *Ibid.*, pp. 6 y 25.

176 Existen también vivas controversias sobre la autoría y el origen de Amapola Roja, el equivalente soviético de Opium; Roland Barthes, «The match between Chanel and Courrèges. As refereed by a philosopher», *Marie Claire*, septiembre de 1967, reimpreso en: Jean Louis Froment, *Nº 5 Culture Chanel*, pp. 43-44.

177 Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, II, p. 104.

178 He recurrido aquí a los textos de Alekséi Polikovski, «Parfium “Pulja v zatylok”», *Nóvaia Gazeta*, 30 de octubre de 2019, https://www.novayagazeta.ru/articles/2019/10/30/82556-parfyum-pulya-v-zatylok; Konstantin Mijájlov, «Rasstrélini butik na Nikólskoi», *Kommersant*, 6 de noviembre de 2019, https://www.kommersant.ru/doc/3656607; «Petitsiu Nóvoi prótiv otkrítia butika v Rasstrelnom Dome podpisali 30 tísiach chelovek», *Nóvaia Gazeta*, 4 de noviembre de2019; y Yuri Biriukov, *Istoria rasstrélnogo doma na Nikólskoi*, https://archnadzor-ru.livejournal.com/259762.html.

179 Para la historia de la UFA, véase Klaus Kreimeier, *Die UFA-Story. Geschichte eines Filmkonzerns*, Múnich, Fischer, 2002.

180 Para la historia de la familia Chéjov, véase Renate Helker, *Die Tschechows. Wege in die Moderne*. Contiene también el árbol genealógico del «clan».

[181] Antony Beevor ofrece información sobre los vínculos de Olga Chéjova en su muy bien documentado y riguroso libro *El misterio de Olga Chéjova*. Puede consultarse también: Maia Turovskaia, «Kazus olgui Chechovoi», *Snob*, 2014 (14 de diciembre de 2014); Mark Kushnírov, *Olga Chéjova*; y Nikolái Dolgopólov, «Neizvéstnaia rol Olgui Chéjovoi», *Ródina*, 6.

182 Olga Chéjova, *Meine Uhren gehen anders*, p. 253.

[183] *Id.*, Kushnírov apunta con razón que el encuentro debió de tener lugar en París, no en Londres.

184 Los perfumes creados por Olga Chéjova se pueden encontrar en: https://www.parfum.de/s_ext.php?new=I&q=tschechowa.

185 Olga Chéjova, *Plauderei über die Schönheit!*

186 Olga Chéjova y Günter René Evers, *Frau ohne Alter. Schönheits-und Modebrevier*, Múnich, Evers, 1952, pp. 337 y 339.

187 Chéjova, *Plauderei über die Schönheit!*, pp. 43 y ss., esp. 46.

188 Sitio web Académie Scientifique de Beauté: https://www.academiebeaute.com/pages/le-groupe.

189 Aleksandr A. Bogomolets, *Prodlénie zhizni*; puede leerse una reseña de los méritos científicos de Bogomoletz en: Yuri Vilenski, «Naúchnoie nasledie akademika A.A. Bogomoltsa (k130-letiu so dniarozhdenia)», en: *Fiziologuícheski zhurnal*, 2011, t. 57, n.º 3, pp. 88-95; véase también https://ru.wikipedia.org/wiki/Богомóлец_Алексáндр_Алексáндрович.

190 Michael Hagemeister, «“Unser Körper muss unser Werk sein”. Beherrschung der Natur und Überwindung des Todes in russischen Projekten des frühen 20. Jahrhunderts», en: Boris Groys y Michael Hagemeister (eds.),*Die neue Menschheit. Biopolitische Utopien in Russland zu Beginn des 20. Jahrhunderts*, Fráncfort del Meno, Suhrkamp, 2005, pp. 19-67.

191 Sobre el «Moscú transformado», véase Karl Schlögel, *Moskau lesen*, Berlín, Hanser, 1984, pp. 347-467.

192 Sobre el «turismo de *shopping*», los bazares y la avalancha de viajantes informales, *cf*. el apartado «Archipel Europa», en Karl Schlögel, *Marjampole oder Europas Wiederkehr aus dem Geist der Städte*, Múnich, Carl Hanser, 2005, pp. 65-86.

[193] Cesare Amatulli *et al.*, «The Luxury Fashion Market in Russia», en: *Handbook of Research on Global Fashion Management and Merchandizing*, pp. 670-694.

194 Moritz Gathmann, «Lagerfelds Mode für Moskau. Ein Hauch zu viel», http://www.spiegel.de/panorama/leute/lagerfelds-mode-fuer-moskau-ein-hauch-zu-viel-a-627876.html.

195 Karl Schlögel, «Die Farbe der Globalisierung. Der Vuitton-Koffer auf dem Roten Platz», *Tumult. Vierteljahresschrift für Konsensstörung*, invierno de 2014-2015, pp. 29-31.

196 Aleksandra Shátskij, «Flakón Malévicha: upakovka mechtí», Artguide del 6 de diciembre de 2017, http://artguide.com/posts/1382; Serguéi Borísov, «Famous Artists as Perfume Bottle and Packaging Designers»; Jillian Steinhauer, «Kazimir Malevich´s Little-Known Perfume Bottle», https://hyperallergic.com/138287/kazimir-malevichs-little-known-perfume-bottle/; Natalia Dolgopólova, *Parfiumeria v SSSR*, I, p. 109.

197 Sobre la obra de Malévich, véase Larissa A. Zhádova, *Malewitsch. Kasimir Malewitsch und sein Kreis. Suche und Experiment. Aus der Geschichte der russischen und sowjetischen Kunst zwischen 1919 und 1930*, Múnich, Schirmer-Mosel, 1982.

198 Se pueden ver imágenes del frasco con el oso polar y de los carteles publicitarios en Shátskij, «Flakón Malévicha: upakovka mechtí».

[199] El cuadro cubista-futurista *Arqueta de perfume* (1913) figura en el catálogo de la exposición *Kazimir Malevich 1878-1935*, Leningrado-Moscú-Ámsterdam, 1988, p. 93.

200 Shatskij, «Flakón Malévicha: upakovka mechtí»; Christiane Bauermeister *et al.*, *Sieg über die Sonne. Aspekte russischer Kunst zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Ausstellung der Akademie der Künste und der Berliner Festwochen*, Berlín, Frölich & Kaufmann, 1983.

201 *Die Eroberung des Nordpols*, Londres, Malik, 1938; *cf*. Karl Schlögel, *Terror y utopía. Moscú 1937*, trad. José Aníbal Campos, Barcelona, Acantilado, 2014, pp. 471-499.

202 Borísov, «Famous Artists as Perfume Bottle and Packaging Designers». Philip Goutell, «Perfume Projects»; para el *štof* como medida de líquidos y cantimplora de vodka, *cf*. Geneviève Delafon, «Un flacon, un parfum, tout un número», *Les Chroniques*, 62, 2016, pp. 36-41, así como la entrada en la *Entsiklopedicheski slovar Brokgauza i Yefrona*, 78 t., San Petersburgo, 1903, p. 921.